

**Alina Zajadacz**

# **Potencjał turystyczny miast**

**na przykładzie  
wybranych miast  
Sudetów Zachodnich**

Alina Zajadacz

**Potencjał turystyczny miast  
na przykładzie wybranych miast  
Sudetów Zachodnich**

Bogucki Wydawnictwo Naukowe  
Poznań 2004

Wydanie publikacji dofinansował Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych  
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Recenzenci:

Prof. dr hab. Leon Kozacki

dr hab. Maciej Pietrzak

Copyright © by Alina Zajądacz, Poznań 2004

ISBN 83-89290-59-6

Bogucki Wydawnictwo Naukowe  
ul. Górna Wilda 90, 61-576 Poznań,  
tel. +48 61 8336580  
fax +48 61 8331468  
e-mail: [bogucki@bogucki.com.pl](mailto:bogucki@bogucki.com.pl)  
<http://www.bogucki.com.pl>

Druk:

Uni-druk Sp.j.

ul. 28 Czerwca 1956 r. 223/229, 61-485 Poznań

tel. +48 61 8311186

*Pamięci  
Pani Profesor Danieli Sołowiej*



# Spis treści

## Rozdział 1

Wstęp . . . . .	7
1.1. Cel i zakres pracy . . . . .	8
1.2. Podstawy teoretyczne i procedura badawcza . . . . .	11
1.3. Źródła danych i metody pracy . . . . .	13
1.3.1. Metoda analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast . . . . .	14
1.3.2. Metody wywiadu, ankietowania i wywiadu kwestionariuszowego . . . . .	19

## Rozdział 2

Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne aspekty turystyki . . . . .	21
--	----

## Rozdział 3

Formy turystyki realizowane w wybranych miastach Sudetów Zachodnich . . . . .	29
---	----

## Rozdział 4

Potencjał turystyczny miast (PTM) . . . . .	33
4.1. Wprowadzenie teoretyczne . . . . .	33
4.1.1. Specyfika potencjału turystycznego miasta . . . . .	33
4.1.2. Struktura potencjału turystycznego miasta . . . . .	37
4.2. Analiza porównawcza potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich . . . . .	38
4.2.1. Wybór kategorii badawczych PTM . . . . .	38
4.2.2. Wybór kryteriów oceny kategorii badawczych PTM . . . . .	43
4.2.3. Tworzenie banku danych . . . . .	60
4.2.4. Skalowanie wyników pomiaru . . . . .	60
4.2.5. Wyniki analizy porównawczej potencjałów turystycznych wybranych miast . . . . .	61
4.2.6. Przydatność wybranych miast dla rozwoju różnych form turystyki . . . . .	66

## Rozdział 5

Ocena integralna potencjałów turystycznych miast . . . . .	71
5.1. Wprowadzenie teoretyczne . . . . .	71
5.1.1. Wskaźniki syntetyczne atrakcyjności turystycznej ( $W_{AT}$ , $W_{AM}$ , $W_{AU}$ ) . . . . .	72
5.1.2. Wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej ( $W_Z$ ) . . . . .	74
5.1.3. Wskaźniki syntetyczne komfortu wypoczynku ( $W_{KT}$ , $W_{KM}$ ) . . . . .	75
5.1.4. Wskaźnik syntetyczny „kompletności” oferty turystycznej ( $W_B$ ) . . . . .	75
5.1.5. Ocena integralna . . . . .	76

5.2. Ocena oferty turystycznej wybranych miast Sudetów Zachodnich przez respondentów . . . . .	78
5.2.1. Charakterystyka respondentów . . . . .	78
5.2.2. Atrakcyjność turystyczna według opinii turystów ( $W_{AT}$ ) . . . . .	80
5.2.3. Atrakcyjność turystyczna według opinii mieszkańców ( $W_{AM}$ ) . . . . .	82
5.2.4. Atrakcyjność turystyczna według opinii pracowników WKSiT UM ( $W_{AU}$ ) . . . . .	83
5.2.5. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej ( $W_Z$ ) . . . . .	85
5.2.6. Komfort wypoczynku według opinii turystów ( $W_{KT}$ ) . . . . .	88
5.2.7. Komfort wypoczynku według opinii mieszkańców ( $W_{KM}$ ) . . . . .	89
5.2.8. „Kompletność” oferty turystycznej ( $W_B$ ) . . . . .	90
5.3. Wynik oceny integralnej potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich . . . . .	93
5.4. Podsumowanie . . . . .	95
<b>Rozdział 6</b>	
Synteza wyników badań . . . . .	98
6.1. Silne i słabe strony potencjałów turystycznych badanych miast . . . . .	98
6.1.1. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Karpacza . . . . .	99
6.1.2. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Jeleniej Góry . . . . .	100
6.1.3. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Szklarskiej Poręby . . . . .	100
6.1.4. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Świeradowa Zdroju . . . . .	101
6.1.5. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Piechowic . . . . .	102
6.1.6. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Kowar . . . . .	103
6.2. Proponowane formy turystyki oraz programy rekreacji . . . . .	104
<b>Rozdział 7</b>	
Podsumowanie . . . . .	111
Literatura . . . . .	114
Aneks: Tabele 12–51 . . . . .	119
Załącznik 1 . . . . .	174
Załącznik 2 . . . . .	175

# Rozdział 1

## Wstęp

Podróże turystyczne należą do głównych znamion współczesnego stylu życia. Częstym celem wyjazdów turystycznych zarówno w skali globalnej, jak i krajowej są miasta. O ich sile przyciągania oprócz posiadanych walorów decyduje także jakość, różnorodność i liczebność świadczonych usług oraz życie gospodarcze inicjujące turystykę biznesową. W Polsce blisko połowa ogółu turystów wybiera właśnie miasto jako miejsce docelowe swego wyjazdu (*Gminy polskie...* 1996). Charakterystyczna dla kraju jest tendencja do silnej koncentracji turystyki zagranicznej w miastach dysponujących zapleczem turystycznym o wysokim standardzie. Według prognoz, jednym z najważniejszych trendów na rynku światowym, a szczególnie europejskim, które w opinii specjalistów utrzymają się przez najbliższe 5–10 lat, jest m.in. rozwój krótkich, kilkudniowych wyjazdów do miast, realizowanych szczególnie w okresie tzw. mostów, czyli połączenia świąt z weekendem (Łopociński 1996).

Dynamiczny rozwój ruchu turystycznego pobudza w gospodarce rynkowej wzrost konkurencyjności między obszarami jego recepcji, w tym miastami o funkcji turystycznej<sup>1</sup>. Fakt ten sprawia, iż konieczne staje się poszukiwanie skutecznych metod umożliwiających obiektywne porównanie możliwości świadczenia przez nie usług turystycznych, wyłaniania cech bezkonkurencyjnych, stanowiących podstawę przyjęcia strategii rozwoju tej funkcji.

Prezentowana praca jest kontynuacją prowadzonych zarówno na gruncie polskim, jak i zagranicznym badań z zakresu analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast przy założeniu ich konkurencyjności. Jest próbą sporządzenia rankingu miast w oparciu o przeprowadzoną ocenę integralną ich potencjałów turystycznych. Stanowi także kontynuację badań autorki dotyczących warunków rekreacji w miastach Sudetów Zachodnich. Przyjęto hipotezę, iż **weryfikacja metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast oraz przeprowadzenie oceny integralnej tych potencjałów umożliwi określenie w sposób wymierny rangi ich przydatności i atrakcyjności turystycznej.**

Problem możliwości rozwoju turystyki na badanym terenie rozpatrzono z kilku punktów widzenia: teoretyka, turystów, mieszkańców oraz pracowników samorządów terytorialnych odpowiedzialnych za kształtowanie funkcji turystycznej badanego obszaru. Podjęto próbę całościowego ujęcia tak heterogenicznego przedmiotu badań, jakim jest potencjał turystyczny miasta, uwzględniając walory przyrodnicze, kulturowe, zagospodarowanie turystyczne oraz ekonomiczne i psychologiczne uwarunkowania rozwoju turystyki.

---

<sup>1</sup> Funkcja turystyczna jest pojmowana jako cała działalność społeczno-ekonomiczna miasta, która jest skierowana na obsługę turystów i którą miasto spełnia w systemie gospodarki narodowej (Malczak 1989).



Niniejsza publikacja jest opracowaniem autorskim, jednak o możliwości jej realizacji zdecydowała życzliwość i pomoc wielu osób. Dziękuję przede wszystkim Pani prof. dr hab. Danieli Sołowiej za inspirację do podjęcia badań. Jestem wdzięczna za twórcze dyskusje i cenne krytyczne uwagi Pani prof. dr hab. A. Krzymowskiej-Kostrowickiej, Panu prof. dr. hab. A. Rączkowi, Panu prof. dr. hab. M. Pietrzakowi i Panu prof. dr. hab. L. Kozackiemu. Dziękuję także Panu dr. J. Hauke za porady statystyczne oraz Pani dr B. Medyńskiej-Gulij za wkład w opracowanie kartograficzne. Szczególnie wdzięczna jestem moim najbliższym: Pawłowi, Kubi i Patrykowi za pomoc, wyrozumiałość i cierpliwość.

## 1.1. Cel i zakres pracy

Główny problem badawczy pracy stanowi próba opracowania metody umożliwiającej wymierne rangowanie potencjałów turystycznych miast, z uwzględnieniem zarówno ich cech ilościowych, jak i jakościowych. Za „poligon” badawczy wybrano kilka miast o funkcji turystycznej. Dążono więc do określenia ich potencjału turystycznego oraz wykazania w sposób wymierny pozycji każdego miasta na tle pozostałych ze względu na jego predyspozycje dla rozwoju różnych form turystyki. Praca ma dwa zasadnicze aspekty: poznawczy oraz metodyczny.

W ujęciu **poznawczym** do szczegółowych zadań badawczych należą:

- identyfikacja form turystyki realizowanych na badanym terenie;
- rozpoznanie struktury potencjałów turystycznych wybranych miast;
- określenie rangi potencjału turystycznego danego miasta na tle pozostałych miast;
- rozpoznanie (w oparciu o wypowiedzi respondentów) stopnia atrakcyjności turystycznej miast, stopnia zadowolenia z oferty turystycznej, braków w tej ofercie oraz źródeł dyskomfortu wypoczynku;
- określenie przydatności miast dla rozwoju różnych form turystyki;
- zidentyfikowanie „słabych” i „mocnych” stron potencjałów turystycznych badanych miast.

Natomiast w ujęciu **metodycznym** do celów szczegółowych należą:

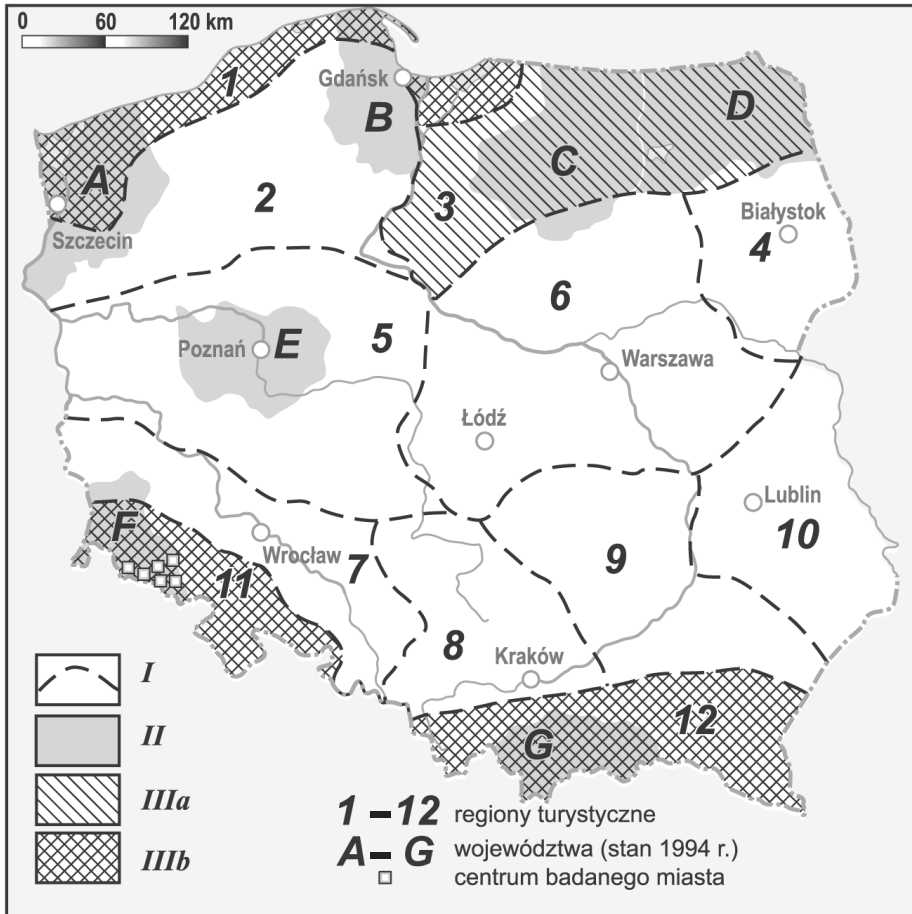
- próba adaptacji do specyfiki miast polskich metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast według Bellinger (1994), przetestowanej na wybranych miastach niemieckich;
- próba modyfikacji tej metody poprzez wprowadzenie oceny integralnej przedmiotu badań w oparciu o koncepcję Sołowiej (1992).

Opracowanie posiada także aspekt **praktyczny**, ponieważ proponowana metoda powinna znaleźć zastosowanie w rozwiązywaniu problemów z zakresu badania konkurencyjności miast o funkcji turystycznej, a otrzymane dzięki niej wyniki mogą stanowić podstawę dla opracowania np. strategii rozwoju funkcji turystycznej danego miasta, tworzenia jego image’u oraz promowania cech bezkonkurencyjnych.

W celu przetestowania oraz weryfikacji wymienionych metod analizy i oceny potencjału turystycznego za obszar badań wybrano miasta, między którymi zachodzi zjawisko konkurencji, rozumianej jako „relacje między miastami, w których występuje taki sam zespół elementów decydujących o ich przydatności turystycz-

nej” (Bellinger 1994). Dokonując wyboru obszaru badań, przyjęto następujące kryteria:

1. wysoką rangę obszaru na tle krajowych regionów turystycznych, określoną na podstawie analizy stopnia rozwoju bazy noclegowej turystyki oraz intensywności ruchu turystycznego;
2. sąsiedztwo lub bliską lokalizację miast o funkcji turystycznej i posiadających takie same lub zbliżone walory turystyczne (ryc. 1).



Ryc. 1. Obszary najbardziej atrakcyjne pod względem turystycznym na tle krajowych regionów turystycznych

I – regiony turystyczne (wg Bajcara, zmodyfikowane przez Kruczkę, Sachę 1995): 1. Bałtycki, 2. Pomorski, 3. Mazurski, 4. Podlaski, 5. Wielkopolski, 6. Mazowiecki, 7. Niziny Śląskiej, 8. Śląsko-Krakowski, 9. Małopolski, 10. Lubelski, 11. Sudecki, 12. Karpacki; II – województwa charakteryzujące się większą niż średnia dla kraju intensywnością rozwoju bazy noclegowej turystyki oraz ruchu turystycznego (styczeń–wrzesień 1994): A. szczecińskie, B. gdańskie, C. olsztyńskie, D. suwalskie, E. poznańskie, F. jeleńiogórskie, G. nowosądeckie; III – najbardziej atrakcyjne regiony turystyczne według: a. Kruczki, Sachy (1995), b. Warszzyńskiej (1996) oraz Lijewskiego, Mikułowskiego, Wyrzykowskiego (1985)

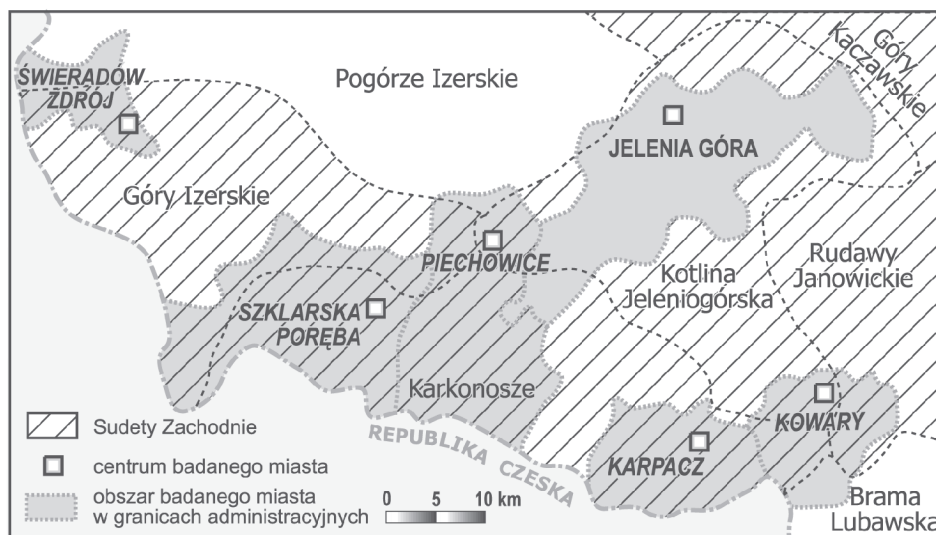
Źródło: opracowanie własne

Z analizy rozkładu przestrzennego miast o funkcji turystycznej w Polsce (*Gminy polskie...* 1996) wynika, iż w okresie prowadzenia badań największa ich koncentracja miała miejsce w województwie jeleniogórskim. W sąsiedztwie lub bliskiej odległości względem siebie zlokalizowanych jest sześć gmin miejskich: Jelenia Góra, Karpacz, Kowary, Piechowice, Szklarska Poręba i Świeradów Zdrój. Miasta te przyjęto za obszar badań (tab. 1). Każde z nich posiada wysoki stopień specjalizacji funkcjonalnej w dziale „kultura fizyczna, turystyka i wypoczynek”, co oznacza, że stosunek liczby zatrudnionych w tym dziale do ogółu zatrudnionych w mieście jest większy niż wartości tych proporcji w odniesieniu do kraju (Maik 1992). Wartość wskaźnika specjalizacji funkcjonalnej według Florence’a, który prezentuje poziom

Tabela 1. Wielkość badanych miast

Miasto	Powierzchnia w km <sup>2</sup> (1995–1997)	Liczba ludności		
		1995	1996	1997
Jelenia Góra	88	93460	93570	93400
Karpacz	38	5590	5567	5579
Kowary	37	12879	12855	12869
Piechowice	64	7457	7475	7513
Szklarska Poręba	76	8203	8240	8160
Świeradów Zdrój	21	4971	4934	4960

Źródło: Rocznik statystyczny woj. jeleniogórskiego, 1996, 1997, 1998



Ryc. 2. Miasta stanowiące obszar badań na tle Sudetów Zachodnich w granicach Polski

Źródło: opracowanie własne, na podstawie: *Mapa topograficzno-administracyjna woj. jeleniogórskiego 1:100 000*, Przedsiębiorstwo Geodezyjno-Kartograficzne (1996), Kondracki (1994)

aktywności zawodowej ludności w poszczególnych funkcjach gminy w odniesieniu do przeciętnej w tym zakresie sytuacji w kraju, wynosiła: dla Karpacza – 56,3, dla Szklarskiej Poręby – 36,8, dla Świeradowa Zdroju – 13,1, dla Piechowic – 8,3, dla Kowar – 3,1 i dla Jeleniej Góry – 3,0 (*Organizacja i zagospodarowanie przestrzeni...* 1996).

Wszystkie objęte badaniami miasta leżą w mezoregionie fizyczno-geograficznym **Sudety Zachodnie** (ryc. 2). Mezoregion ten w granicach Polski obejmuje według Kondrackiego (1998) następujące jednostki: Góry Izerskie, Góry Kaczawskie, Kotlinę Jeleniogórską, Karkonosze oraz Rudawy Janowickie. W trakcie powstawania pracy uległy zmianom granice administracyjne Jeleniej Góry i Piechowic. W 1998 r. przyłączono do Jeleniej Góry dzielnicę Piechowic – Jagniątków. Jednak ze względu na fakt, iż badania ankietowe zostały w przeważającej mierze przeprowadzone w okresie poprzedzającym te zmiany, w pracy przyjęto stan aktualny w momencie rozpoczęcia badań (1995 r.).

Zakres czasowy pracy obejmuje głównie dane pochodzące z 2 poł. lat 90. XX w. – okresu, kiedy po kilku latach przejściowych nastąpiła stabilizacja gospodarki działającej w oparciu o zasady wolnorynkowe.

## 1.2. Podstawy teoretyczne i procedura badawcza

Do podstawowych założeń teoretycznych przyjętych w niniejszym opracowaniu należą: kompleksowe ujęcie zjawisk związanych z turystyką, teoria potencjału turystycznego oraz koncepcja oceny integralnej (założenia te zostały omówione w rozdziałach: 2, 4.1, 5.1).

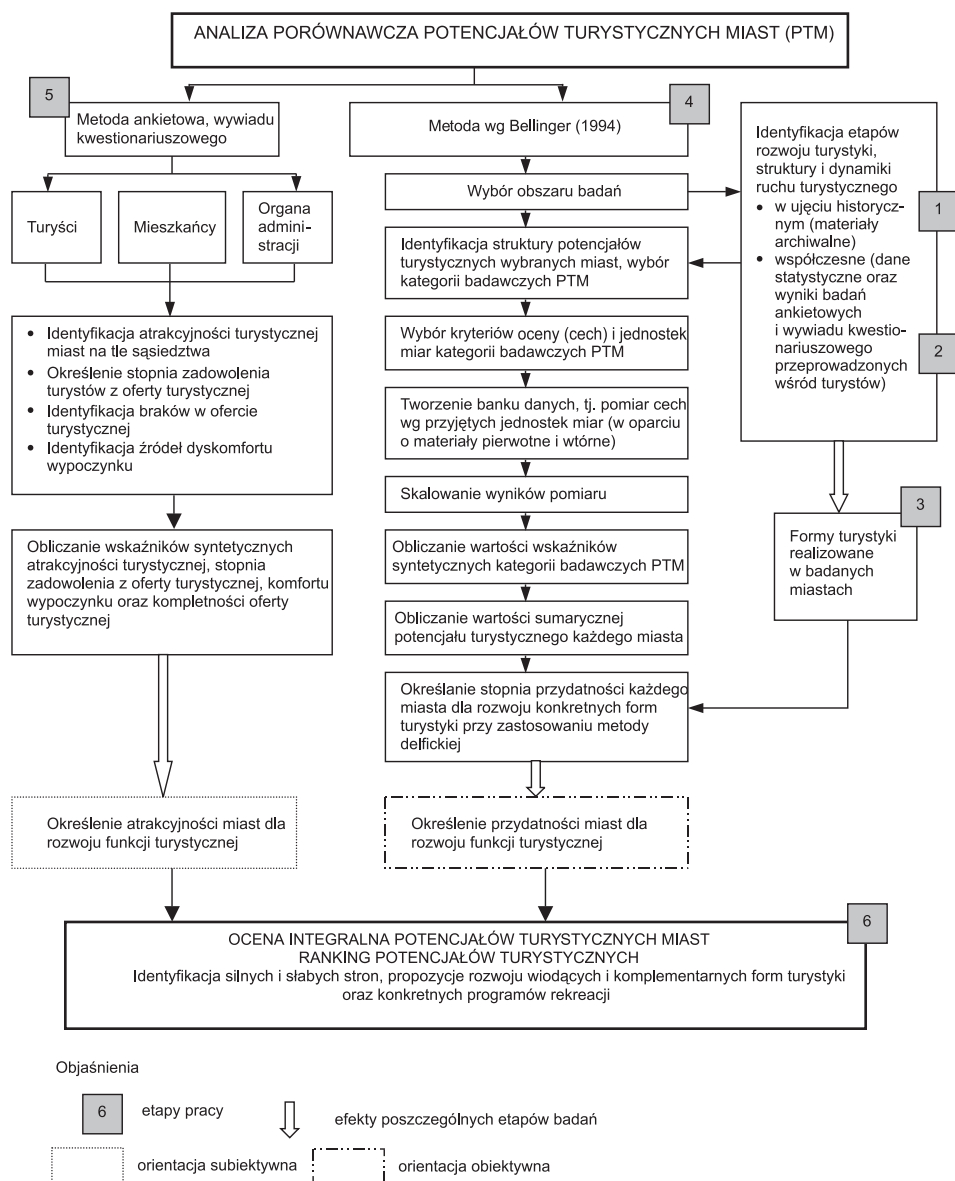
Sformułowane problemy badawcze implikują schemat postępowania badawczego (ryc. 3). Przyjęta procedura badawcza miała charakter zbliżony do nurtu badań holistycznych. Uwzględniono w niej dwie orientacje: subiektywną i obiektywną, wyszczególniane w badaniach nad rekreacją<sup>2</sup> m.in. przez Wiedienina (1982) i Sołowiej (1992).

Na model subiektywny rekreacji składają się możliwości adaptacyjne rekreanta, o których decydują czynniki socjalno-ekonomiczne oraz motywy psychologiczne, takie jak: reklama, działalność masowej informacji, doświadczenie, opinia środowiska, przyzwyczajenia i tradycje (Sołowiej 1992). Przedmiotem badań jest subiekt (podmiot) rekreacji, jego zachowania w czasie i przestrzeni, potrzeby oraz preferencje. Natomiast na model obiektywny rekreacji składa się potencjał naturalny środowiska oraz wprowadzony przez człowieka. Jednak próba oceny potencjału rekreacyjnego, o którym według Przewoźniaka (1999) decyduje zarówno atrakcyjność, jak i przydatność rekreacyjna tworzących go elementów, zawiera także pierwiastek subiektywny. Subiektywizm ten odnosi się przede wszystkim do postrzegania atrakcyjności rekreacyjnej, która może być rozpatrywana i oceniana wyłącznie w kategoriach indywidualnych, osobniczych odczuć.

<sup>2</sup> Przyjmuje się za Krzymowską-Kostrowicką (1999), iż każda forma turystyki jest rekreacją. Badania z zakresu turystyki zawierają się więc w nurcie badań nad zagadnieniem rekreacji.

Przedstawiony schemat postępowania badawczego (ryc. 3) uwypukla istotne problemy związane z próbą analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast. Należą do nich przede wszystkim:

- wieloaspektowość oceny tych potencjałów, która wynika ze zróżnicowania podmiotów oceniających, mających różnorodne wymagania i oczekiwania; poten-



Ryc. 3. Schemat metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast przy założeniu ich konkurencyjności

cjał turystyczny jest rozpatrywany zarówno z punktu widzenia badacza-teoretyka, jak i użytkownika-turysty, stałego mieszkańca oraz organizatora turystyki;

- przeplatanie się w procesie wartościowania przedmiotu badań ocen emocjonalnych i utylitarnych;
- konieczność ujęcia w sposób wymierny cech potencjału turystycznego.

Punktem wyjścia w przyjętym toku postępowania była odpowiedź na pytanie: jakie formy turystyki były i są realizowane w badanych miastach? Analizie poddano uwarunkowania historyczne rozwoju turystyki oraz strukturę, dynamikę i rozkład przestrzenny ruchu turystycznego w aspekcie współczesnym. Problemy te zostały szczegółowo scharakteryzowane w opracowaniach autorki (1999, 2001, 2002). Stąd w niniejszej pracy ograniczono się do przedstawienia wniosków dotyczących form turystyki realizowanych na badanym obszarze.

Drugi etap polegał na przeprowadzeniu analizy porównawczej potencjałów turystycznych wybranych miast. Stanowił on próbę adaptacji do warunków polskich metody Bellinger (1994). Efektem badań przeprowadzonych przy jej wykorzystaniu były: ranking miast dokonany pod kątem ich przydatności dla rozwoju funkcji turystycznej oraz próba wskazania dla każdego miasta konkretnych form turystyki bezkonkurencyjnych w badanym zbiorze miast (w oparciu o badania przeprowadzone metodą delficką).

Trzeci etap to ocena integralna potencjałów turystycznych badanych miast. Stanowi ona syntezę ocen cząstkowych cech tego potencjału dokonanych z punktu widzenia badacza, turystów, mieszkańców oraz pracowników administracji państwowej odpowiedzialnych za kształtowanie funkcji turystycznej reprezentowanego miasta. Do proponowanego przez autorkę **metodycznego novum** należy zróżnicowanie w ocenie integralnej wagi opinii poszczególnych podmiotów na temat badanego przedmiotu oraz wprowadzenie wskaźników syntetycznych, umożliwiających ujęcie w sposób wymierny danych dotyczących stopnia atrakcyjności i jakości oferty turystycznej (uzyskanych w oparciu o wypowiedzi respondentów). Ocena integralna jest wypadkową ocen utylitarnych i emocjonalnych, stanowi syntezę wyników przeprowadzonej analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast oraz wskaźników syntetycznych obliczonych w oparciu o wypowiedzi turystów, mieszkańców i urzędników. Efektem przeprowadzonej syntezy był ranking miast dokonany ze względu na ich przydatność i atrakcyjność turystyczną.

Podsumowaniem przeprowadzonych analiz oraz dokonanej oceny integralnej potencjałów turystycznych badanych miast była próba identyfikacji słabych i mocnych stron potencjału turystycznego każdego miasta na tle badanego zbioru oraz wskazanie konkretnych, optymalnych dla niego form turystyki i programów rekreacji.

### 1.3. Źródła danych i metody pracy

Bank danych dotyczących potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich obejmował:

- a) materiały wtórne zgromadzone w oparciu o analizę wydawnictw statystycznych (roczników, raportów, informatorów, biuletynów), materiałów archiwalnych



- (instytucji, przedsiębiorstw, placówek badawczych), opracowań kartograficznych (map topograficznych, samochodowych, turystycznych);
- b) materiały pierwotne uzyskane na podstawie: wywiadów, ankietowania, wywiadów kwestionariuszowych i kartowania terenu.
- Wykaz źródeł danych zamieszczono w aneksie.

Do głównych metod badawczych należały: (1) metoda analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast, obejmująca także metodę delficką, (2) analiza materiałów archiwalnych, statystycznych i kartograficznych oraz (3) wywiad, badania ankietowe i wywiad kwestionariuszowy.

### **1.3.1. Metoda analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast**

Istnieje wiele metod analizy porównawczej obiektów wielocechowych opartych na stosowaniu aparatu matematycznego, umożliwiających wymierne porównanie tych obiektów. Zostały one scharakteryzowane w pracach m.in. Florka, Łukaszewicza, Perkalą, Steinhausą, Zaburzyckiego (1952), Czyż (1971), Hellwiga, Kani-Gospodarowicz (1975), Nowaka (1975), Gorzelaka, Wyżkiewicza (1981), Bellinger (1994) i Gołębskiego (1999). Metody te znalazły zastosowanie w badaniach geograficznych, w tym dotyczących problemów związanych z turystyką. Do przykładowych należy opracowanie Grocha (1991), w którym autor wykorzystał metodę wielowymiarowej analizy porównawczej (WAP) w celu porównania stanu rozwoju polskich uzdrowisk. Podobnie Naumowicz (1993) zastosowała metodę rang w celu przeprowadzenia analizy porównawczej potencjału turystycznego Polski. Bellinger (1994) przeprowadziła analizę porównawczą potencjałów turystycznych wybranych miast niemieckich. Natomiast opracowanie Guzik i Ostrowskiej (1994) stanowi próbę syntetycznej oceny atrakcyjności turystycznej gmin południowo-wschodniej Polski. Kukuła (1994) podjął próbę waloryzacji województw ze względu na zagospodarowanie turystyczne i środowisko naturalne. Praca Butowskiego (1996) przedstawia studium porównawcze funkcji turystycznej sześciu europejskich stolic.

W oparciu o przegląd metod analizy porównawczej oraz możliwości interpretacyjne otrzymanych przy ich zastosowaniu wyników w niniejszej pracy zdecydowano się na zastosowanie metody zaproponowanej przez Bellinger. O wyborze tym zadecydowały następujące czynniki:

- prostota i przejrzystość stosowanych obliczeń, których wyniki pozwalają na porównywanie i rangowanie badanych obiektów na trzech poziomach: cech (najbardziej elementarnym), kategorii badawczych i wartości sumarycznych potencjałów turystycznych miast;
- możliwość wymiernego wykazania w oparciu o dokonane rangowanie kategorii badawczych potencjałów turystycznych miast przydatności tych miast dla rozwoju różnych form turystyki (czego nie umożliwiają inne metody);
- fakt, iż metoda ta nie była do tej pory stosowana na gruncie polskim; jej testowanie na wybranych polskich miastach stanowi kontynuację badań dotyczących potencjałów turystycznych miast, możliwości wymiernych porównań i rango-

wania oraz wskazywania bezkonkurencyjnych kierunków rozwoju funkcji turystycznej na tle rywali (co może stanowić przyczynek do utworzenia uniwersalnego, optymalnego katalogu cech wykorzystywanych w trakcie analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast w skali Europy).

Tok postępowania badawczego według Bellinger (1994) został schematycznie przedstawiony na rycinie 3. Autorka ta przyjęła, iż rozpatrzy przydatność miast dla rozwoju siedmiu typowo miejskich form turystyki, do których zaliczyła: przyjazdy związane z targami i wystawami, turystykę kongresową i konferencyjną, podróże służbowe, turystykę krajoznawczą, turystykę kulturalną (przyjazdy związane z wieczorną ofertą kulturalną miasta), przyjazdy związane z masowymi imprezami kulturalnymi i sportowymi oraz wydarzeniami politycznymi, a także turystykę konsumencką (zakupową). Założyła także, iż badane miasta dysponują podobnym potencjałem turystycznym, a więc zachodzi między nimi zjawisko konkurencji. W celu wybrania obszaru badań dokonała selekcji miast, przyjmując następujące kryteria:

- obligatoryjne:
  - liczba mieszkańców pomiędzy 75 a 130 tys.;
  - wiek miasta co najmniej 800 lat;
  - co najmniej jedna atrakcja kulturalna o znaczeniu ponadregionalnym;
- uzupełniające:
  - istnienie uniwersytetu lub wyższej uczelni;
  - położenie nad rzeką;
  - siedziba diecezji (biskupstwa);
  - przynależność do „historycznej dwunastki” (najbardziej atrakcyjnych pod względem historycznym miast Niemiec) lub „cudownej dziewiątki” (historycznych miast w północnych Niemczech).

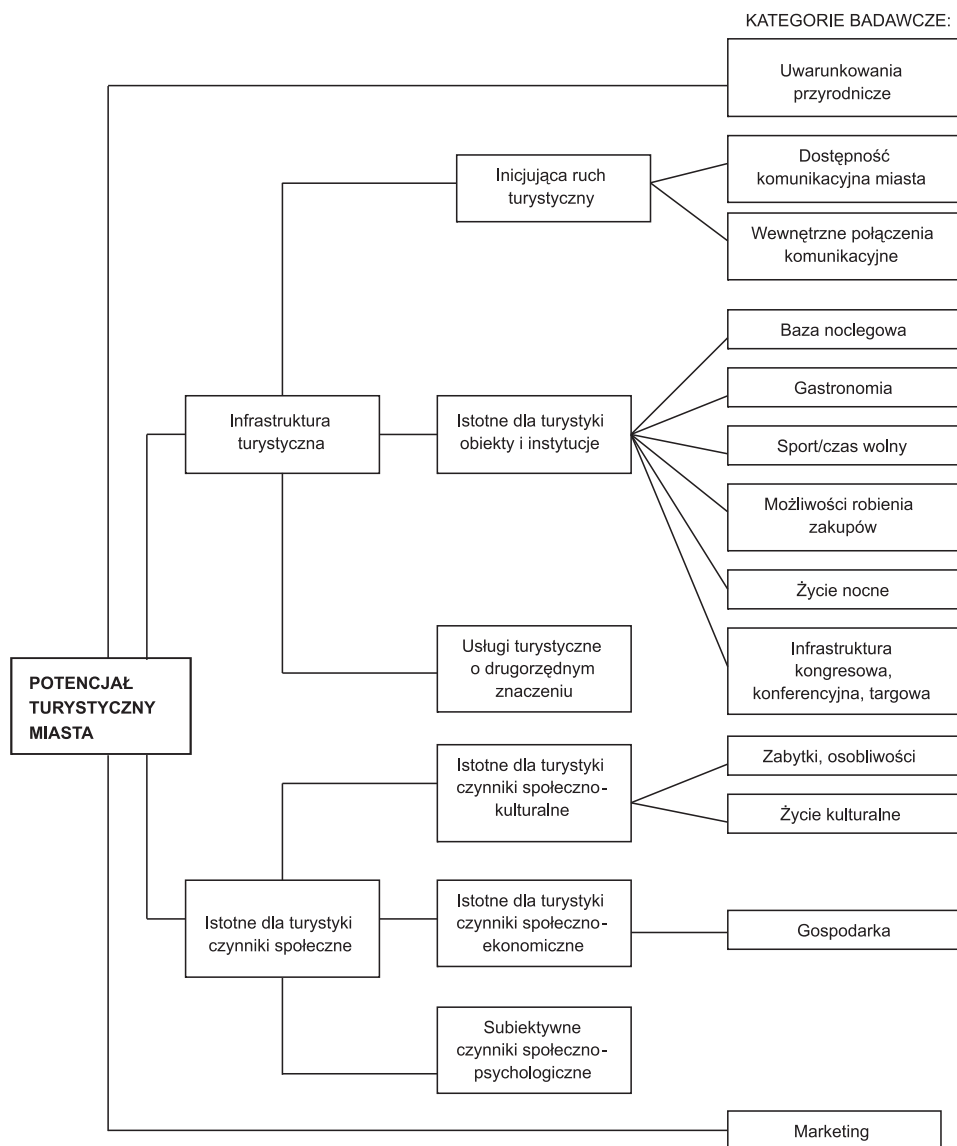
W oparciu o wymienione kryteria Bellinger przyjęła za obszar badań 8 miast: Paderborn, Wormację, Getyngę, Bamberg, Regensburg, Trewir, Heidelberg i Würzburg, przy czym charakterystykę ruchu turystycznego, problemy związane z rozwojem turystyki w mieście oraz końcowe wnioski dotyczące analizy konkurencyjności słabych i mocnych stron potencjału turystycznego przedstawiła na przykładzie jednego miasta – Trewiru.

Oporając się na opracowaniu Turowskiego (1972), Bellinger wyróżniła w strukturze potencjału turystycznego miasta trzy podstawowe elementy: uwarunkowania przyrodnicze, infrastrukturę turystyczną oraz istotne dla turystyki czynniki społeczne. Następnie w oparciu o analizę literatury przedmiotu dokonała wyboru kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta (PTM), które przedstawiono na rycinie 4.

Kolejny etap pracy polegał na wyborze kryteriów oceny (cech i jednostek miar) wybranych kategorii badawczych PTM. Nawiązując do publikacji Stillgera (1980), który w celu dokonania oceny ruchu turystycznego w mieście zaproponował model użytkowo-analityczny (listę ponad 1000 kryteriów), Bellinger stworzyła bazujący na nim i uzupełniony o własne propozycje katalog kryteriów oceny potencjału turystycznego miasta (przedstawiony w aneksie, tab. 12).



Następnie zgromadzono niezbędne informacje dotyczące potencjałów turystycznych badanych miast, czyli dokonano pomiaru cech według przyjętych jednostek miar. Dane pozyskiwano korespondencyjnie, telefonicznie, w oparciu o wywiady z ekspertami, literaturę oraz materiały archiwalne. Przeprowadzono skalowanie wyników pomiaru. Operacja ta miała na celu zapewnienie porównywalności wyników pomiaru oraz umożliwienie przeprowadzenia obliczeń matema-



Ryc. 4. Wybrane kategorie badawcze potencjału turystycznego miasta według Bellinger (1994), w oparciu o Stillger (1972)

tycznych. Polegała ona na transformacji według określonego wzoru danych rzeczywistych na wartości punktowe tworzące skalę interwałową. Wynik pomiaru (dane rzeczywiste dotyczące określonej cechy miasta) porównano z wartością maksymalną i minimalną tej samej cechy w całym badanym zbiorze miast. Przyjęto skalę o rozpiętości od 0 pkt (minimalny wynik pomiaru) do 100 pkt (maksymalny wynik pomiaru). Liczbę punktów dla pozostałych wyników pomiaru (plasujących się między wartościami ekstremalnymi) obliczono według wzorów:

$$Y = 100 - \left[ \frac{x_{\max} - x_t}{\left( \frac{x_{\max} - x_{\min}}{100} \right)} \right] \quad \text{dla stymulanty (1.1)}$$

$$Y = \left[ \frac{x_{\max} - x_t}{\left( \frac{x_{\max} - x_{\min}}{100} \right)} \right] \quad \text{dla destymulanty (1.2)}$$

gdzie:

- Y – szukana wartość punktów dla  $x_t$ ,
- $x_{\max}$  – maksymalny wynik pomiaru,
- $x_{\min}$  – minimalny wynik pomiaru,
- $x_t$  – każdorazowo oszacowany wynik pomiaru.

W przyjętym katalogu cech podziału na stymulanty (cechy pożądane z punktu widzenia badanego zjawiska) i destymulanty (cechy niepożądane) dokonano w sposób arbitralny.

Kolejny etap pracy polegał na obliczeniu dla każdego z badanych miast wartości potencjalnych poszczególnych kategorii badawczych (wskaźników syntetycznych) tworzących łącznie jego potencjał turystyczny. W tym celu obliczono średnią arytmetyczną wartości punktowych według wzoru:

$$P = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_n}{\Sigma x} \quad (1.3)$$

gdzie:

- P – wskaźnik syntetyczny,
- $x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_n$  – wartość punktowa dla pojedynczego wyniku pomiaru,
- $\Sigma x$  – liczba kryteriów (cech) danej kategorii.

Wartości potencjalne obliczone dla poszczególnych kategorii oceny potencjału turystycznego miasta wahały się w granicach od 0 pkt (min.) do 100 pkt (max.). Analiza uzyskanych wyników obliczeń pozwoliła na określenie rangi danego miasta na tle pozostałych badanych miast pod względem posiadanych zasobów przyrodniczych, infrastrukturalnych oraz społecznych. W oparciu o uzyskane wyniki, sumując wartości potencjalne kategorii badawczych, dla każdego miasta obliczono wartość sumaryczną jego potencjału turystycznego. Przedstawiono ranking miast ze względu na posiadaną ofertę turystyczną.

Następnie podjęto próbę wykazania stopnia przydatności miast dla rozwoju siedmiu typowo miejskich form turystyki. W celu określenia wagi, jaką poszczególne kategorie badawcze potencjału turystycznego miasta posiadają dla tych form turystyki, zastosowano metodę delficką. Metoda ta polega na zadawaniu pytań grupie ekspertów w kilku turach, przy czym w każdej następnej turze wykorzystuje się opracowane odpowiedzi z tury poprzedniej. Metoda „ekspertów” opiera się na korzyściach płynących z grupowego podejmowania decyzji, a przy tym nie ma jego wad wynikających z wpływu jednostek dominujących lub niechęci do zmiany poglądów. Badania przeprowadzono w jednej turze na Berlińskich Targach Turystycznych (ITB) wśród 8 ekspertów (kierowników wydziałów turystyki działających w badanych miastach). Ekspertom polecono stosowanie następujących czynników wagowych:

- 0 – kategoria x jest nieistotna dla formy turystyki y,
- 1 – kategoria x jest mało istotna dla formy turystyki y,

Tabela 2. Czynniki wagowe dla pojedynczej kategorii zróżnicowane według form turystyki

Formy turystyki miejskiej	Kategorie badawcze PTM												
	Uwarunkowania przyrodnicze	Dostępność komunikacyjna miasta	Wewnętrzne połączenia komunikacyjne	Imprezy kulturalne	Zabytki i osobliwości	Sport/czas wolny	Baza noclegowa	Baza gastronomiczna	Życie nocne	Infrastruktura kongresowa, konferencyjna i targowa	Możliwości robienia zakupów	Gospodarka	Marrketing
Turystyka krajoznawcza	3	2	2	3	3	2	2	2	2	0	2	0	3
Turystyka kongresowa i konferencyjna	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	2	3
Podróże służbowe	1	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	0
Turystyka kulturalna	0	3	3	3	1	0	0	2	3	0	0	0	3
Przyjazdy związane z udziałem w imprezach masowych	1	2	3	0	1	0	0	2	0	0	3	2	1
Turystyka konsumencka	2	3	3	3	1	1	0	2	1	2	1	0	3
Podróże związane z udziałem w targach i wystawach	1	3	3	2	1	1	3	3	2	3	1	2	3

- 2 – kategoria x jest istotna dla formy turystyki y,
- 3 – kategoria x jest bardzo istotna dla formy turystyki y.

Najczęściej wymieniany czynnik wagowy został ostatecznie przyjęty jako waga danej kategorii badawczej dla danego rodzaju turystyki. Wyniki badań przedstawiono w formie tabelarycznej (tab. 2). Można je odczytywać zarówno w poziomie, jak i w pionie.

Wartości potencjalne kategorii badawczych potencjału turystycznego każdego z miast pomnożono przez określony dla danej formy turystyki czynnik wagowy, a następnie otrzymane w ten sposób iloczyny zsumowano. Obliczenia przeprowadzono według następującego wzoru:

$$E = \sum (P_1 \times q_1) + (P_2 \times q_2) + (P_3 \times q_3) + (P_n \times q_n) \quad (1.4)$$

gdzie:

E – wartość przydatności danego miasta dla rozwoju określonej formy turystyki

P – wartość potencjalna danej kategorii badawczej potencjału turystycznego miasta

q – czynnik wagowy.

Obliczono więc wartość przydatności danego miasta dla rozwoju określonej formy turystyki. Oprócz tego obliczono także maksymalną przydatność miasta dla rozwoju wymienionych form turystyki (wartość wzorcową), tj. założono, iż miasto osiągnęło w każdej kategorii badawczej maksymalną liczbę punktów ( $P_{\max} = 100$  pkt). Wyniki obliczeń umożliwiły przedstawienie w sposób wymierny pozycji danego miasta na tle analizowanego zbioru pod względem jego przydatności dla rozwoju poszczególnych form turystyki, jak i w odniesieniu do wartości wzorcowej.

### 1.3.2. Metody wywiadu, ankietowania i wywiadu kwestionariuszowego

**Wywiady** dotyczące oferty turystycznej badanych miast przeprowadzono w latach 1996–98 w Biurach Informacji Turystycznej, Wydziałach Sportu, Kultury i Turystyki Urzędów Miejskich, wśród podmiotów gospodarczych biorących udział w obsłudze ruchu turystycznego oraz wśród mieszkańców.

**Ankiety** rozprowadzono wśród mieszkańców badanych miast w latach 1995–1997. Badaniami objęto głównie osoby w wieku produkcyjnym (mężczyźni 18–64 lat, kobiety 18–59 lat), czyli grupę, która może w sposób aktywny decydować o rozwoju gospodarczym swego miasta. Ankiety (załącznik 1) rozprowadzano w szkołach podstawowych i średnich (z prośbą, by wypełnili je rodzice uczniów) oraz w zakładach pracy. Badania były przeprowadzane przez autorkę także bezpośrednio w domach respondentów. Dobór próby był losowy. Ogółem we wszystkich miastach ankietę wypełniło poprawnie 547 respondentów. Przebadana próba stanowiła od 0,2% do 1,5% populacji generalnej w danym mieście.

**Wywiady kwestionariuszowe** (wiążące się z obecnością ankietera rejestrującego udzielane przez respondenta odpowiedzi) przeprowadzono wśród turystów krajowych i zagranicznych odwiedzających badane miasta w sezonach letnim i zi-

momowym w latach 1996–98. Badaniami objęto osoby powyżej 15. roku życia. Kwestionariusz przygotowano w trzech wersjach językowych: polskiej, niemieckiej i angielskiej (zob. załącznik 2). Łącznie we wszystkich miastach na pytania kwestionariuszowe odpowiedziało 431 turystów. Ponadto, ze względu na zbieżność problematyki badań, i okresu ich przeprowadzania, wykorzystano materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze – wyniki wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzonych na badanym terenie wśród turystów krajowych i zagranicznych w sezonach letnim i zimowym w latach 1995–97. Materiały te obejmowały 1349 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy, na których zarejestrowano wypowiedzi turystów przebywających w sześciu objętych badaniami miastach. Tak więc łącznie w opracowaniu objęto analizą wypowiedzi 1780 turystów.

W pracy wykorzystano także materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze – wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 1996 r. w badanych miastach wśród pracowników Wydziałów Kultury, Sportu i Turystyki Urzędów Miejskich. Pytania ankietowe dotyczyły oceny możliwości rozwoju turystyki w danej gminie.

Konstruuując ankietę oraz kwestionariusz, oparto się głównie na wskazówkach zawartych w opracowaniu Lutyńskiej (1984). Formularze konsultowano pod względem metodycznym z D. Sołowiej (1995–96). Na małej próbie (ok. 30 mieszkańców i turystów) przeprowadzono badania pilotażowe, które pozwoliły na korektę niektórych pytań. Wśród pytań dominowały pytania otwarte, nakłaniające respondenta do uzasadnienia swej opinii. Stosowano także kafeterię, w której oprócz podanych alternatyw zamieszczano zawsze rubrykę „inne”, co powodowało, iż zadawane pytania miały charakter otwarty. W oparciu o zasadę filtrowania informacji stosowano pytania ogólne (naczelne) oraz szczegółowe (podporządkowane); starano się je formułować językiem prostym, jednoznacznie rozumianym. W kwestionariuszach i ankietach stanowiących materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej zawarto pytania otwarte i zamknięte oraz wykorzystano kafeterię i skalowanie odpowiedzi (Rapacz 1998b).

Przeprowadzone badania można uznać za reprezentatywne w sensie reprezentatywności typologicznej, tzn. w pobranej próbie wystąpiły wszystkie wartości zmiennej czy zmiennych nas interesujących (Nowak 1985). Wśród mieszkańców badaniami objęto ludność zróżnicowaną pod względem płci, wieku, poziomu wykształcenia i wykonywanego zawodu, zamieszkującą wszystkie dzielnice danego miasta. Natomiast badania wśród turystów autorka przeprowadzała w różnego typu obiektach noclegowych i gastronomicznych, na szlakach turystycznych oraz w innych miejscach koncentracji ruchu turystycznego. Pod względem cech społeczno-demograficznych respondentów pobraną próbę można więc uznać za miniaturę zbiorowości generalnej. Zastosowano losowy dobór próby. Oddzielny problem stanowi wielkość próby. Jak podaje Barnett (1982), istnieje pewna granica liczności próby, której nie należy przekraczać. Zbyt wielka próba spowoduje stratę środków finansowych, zbyt mała doprowadzi do estymatora o niezadowalającej precyzji. Jeden ze sposobów ustalenia wielkości próby polega na wykorzystaniu wcześniejszych badań (*op. cit.*). W oparciu o analizę wybranych opracowań z zakresu rekre-

acji oraz percepcji przestrzeni miejskiej prezentujących wyniki badań ankietowych można stwierdzić, iż badania prowadzone wśród mieszkańców miast obejmowały przykładowo 0,03% populacji generalnej w przypadku Berlina (Barsch, Saupe 1994) oraz 0,1% (Sołowiej 1992) i 0,2% (Biderman 1994, 1995) dla Poznania. Natomiast w badanych miastach wielkość ta wynosiła: dla Jeleniej Góry – 0,2%, dla Karpacza – 1,5%, dla Kowar – 0,6%, dla Piechowic – 0,1%, dla Szklarskiej Poręby – 0,9% i dla Świeradowa Zdroju – 1,4%, a więc była równa lub większa od próby przebadanej przez wymienionych autorów (tab. 3).

Z kolei próba przebadana wśród turystów wynosiła: w Jeleniej Górze – 0,1%, w Karpaczu – 0,1%, w Kowarach – 0,5%, w Piechowicach – 0,2%, w Szklarskiej Porębie – 0,1% i w Świeradowie Zdroju – 0,1% ogółu korzystających z bazy noclegowej turystyki w badanym okresie. Jej wielkość była trudna do ustalenia z góry, a to ze względu na trudne do przewidzenia natężenie ruchu turystycznego, zależne m.in. od takich czynników jak warunki pogodowe, nieprzewidywalne kataklizmy (np. powódź) czy też zmieniająca się „moda na miejscowości wypoczynkowe”.

Opracowując wyniki badań ankietowych i wywiadów kwestionariuszowych, zrezygnowano ze stosowania ilościowych metod statystycznych. Oprócz wypowiedzi dominujących analizowano także jednostkowe, poszukując indywidualnych, niepopularnych i niestandardowych poglądów na temat możliwości rozwoju turystyki w badanych miastach.

W trakcie badań terenowych autorka napotkała na szereg trudności. W przypadku badań prowadzonych wśród mieszkańców główny problem stanowił duży odsetek ankiet nie wypełnionych lub zaginionych. Spośród rozprawdzonych ankiet powracało średnio ok. 60% poprawnie wypełnionych. Z kolei realizacja badań prowadzonych wśród turystów napotykała na trudności przede wszystkim ze względu na długość kwestionariusza i związany z tym czas jego wypełniania, który stanowił część czasu wolnego przeznaczonego na wypoczynek. Dodatkowych trudności przysporzyła powódź, która nawiedziła badany teren latem 1997 r., co w znacznym stopniu wpłynęło na obniżenie natężenia ruchu turystycznego.

Tabela 3. Liczba respondentów w badanych miastach

Obszar badań	Liczba respondentów		
	M	T	T <sub>z</sub>
Jelenia Góra	170	264	112
Karpacz	82	639	162
Kowary	71	109	49
Piechowice	76	109	47
Szklarska Poręba	78	545	160
Świeradów Zdrój	70	114	52
Suma:	547	1780	

M – mieszkańcy, T – turyści (ogółem krajowi i zagraniczni), T<sub>z</sub> – turyści zagraniczni

Źródło: opracowanie własne

# Rozdział 2

## Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne aspekty turystyki

Ewolucja znaczenia pojęcia „turystyka” oraz jego różne definicje zostały przedstawione w licznych opracowaniach (m.in. Hunziker 1951, Bartkowski 1977, Warszńska, Jackowski 1979, Kaspar 1995, Davidson 1996, Holloway 1996, Middleton 1996, Przecławski 1996, Gaworecki 1997, 2000, Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 1998, Kowalczyk 2001). Terminy „turystyka” i „turysta” pojawiły się w literaturze już pod koniec XVIII w. Po raz pierwszy zastosowano je na Wyspach Brytyjskich dla określenia podróży na kontynent europejski angielskiej młodzieży udającej się do szkół francuskich, niemieckich i in. w celu uzupełnienia edukacji. Podróże te nazywano *Grand Tours*, a podróżnych zaczęto określać mianem *tourists*. Do języka polskiego pojęcie „turysta” wprowadził Łukaszeński (1847), utożsamiając turystę z podróżnym lub przechodniem. Dokładniejszego sprecyzowania doczekały się pojęcia „turystyka” i „turysta” dopiero w tzw. *Słowniku Warszawskim* (Karłowicz 1898–1927). Według tego źródła turystą jest osoba odbywająca „większe wycieczki dla przyjemności”, a turystyka to „podróżowanie w charakterze turysty” (Warszńska, Jackowski 1979).

Współcześnie termin „turystyka” jest pojmowany głównie w dwóch aspektach: statystycznym oraz kompleksowym.

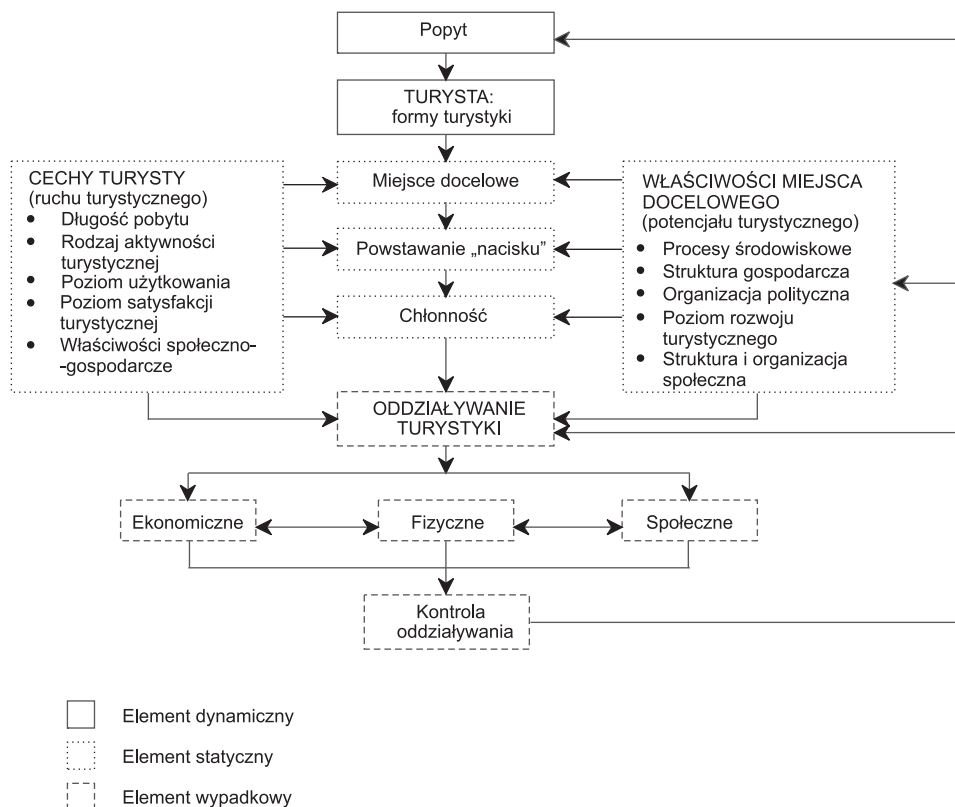
W celu ujednolicenia międzynarodowych zestawień **statystycznych** Światowa Organizacja Turystyki (WTO) przy ONZ (*Terminologia turystyczna zalecana przez WTO* 1995) zaleca przyjęcie, iż **„turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem”**. W tej definicji „ruchu turystycznego nie ogranicza się do pobytów z noclegiem, ale uwzględnia również odwiedziny jednodniowe (tzw. wycieczkowiczów). Ponadto nie zostaje on ograniczony tylko do podróży w celach wypoczynkowych, ale także uwzględnia podróże w celach służbowych, naukowych, religijnych, towarzyskich, sportowych i innych – pod warunkiem jednak, że miejsce docelowe turystyki znajduje się poza miejscem zamieszkania lub pracy. Definicja ta nie obejmuje podróży w celach dojazdu do pracy i czysto lokalnych (w sferze codziennej penetracji), np. do szkół czy sklepów” (Gaworecki 1997, 2000). Przytoczona definicja turystyki zawęża pojęcie tego zjawiska do ruchu turystycznego (czyli zbioru podróżnych, którzy motywowani różnymi celami natury społeczno-kulturowej i zawodowej biorą udział w migracjach turystycznych).

W ujęciu **kompleksowym** turystyka jest pojmowana jako „całość zjawisk i stosunków dotyczących podróży i krótkotrwałych pobytów poza miejscem stałego zamieszkania, przedsięwziętych nie w celach zysku” (Hunziker 1951,



za Libera 1969). Oprócz definicji Hunzikera, uznawanej współcześnie za klasyczną, spotyka się w literaturze przedmiotu inne przykłady systemowego pojmowania zjawiska turystyki, np. McIntosh i Goeldner (1986) podają, iż „turystykę można zdefiniować jako sumę zjawisk i stosunków wyrastających z interakcji turystów, usługodawców, rządów przyjmujących i społeczności przyjmujących w procesie przyciągania i goszczenia tych turystów i innych odwiedzających. Natomiast turysta to osoba podróżująca z miejsca na miejsce dla celów nie związanych z pracą”. Podobną definicję przedstawia Przecławski (1973), uznając za turystykę w szerokim słowa tego znaczeniu „całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym)”. Autor ten podkreśla heterogeniczny charakter turystyki, będącej równocześnie zjawiskiem psychologicznym, społecznym, ekonomicznym, przestrzennym oraz kulturowym.

W ujęciu kompleksowym zjawisko turystyki tworzą zarówno właściwości jej podmiotu (uczestników ruchu turystycznego), jak i właściwości przedmiotu użytkowania turystycznego, tj. miejsca docelowego wypoczynku (ryc. 5, ryc. 6). Jest ono rozpatrywane jako składowa trzech elementów (Mathieson, Wall 1982):



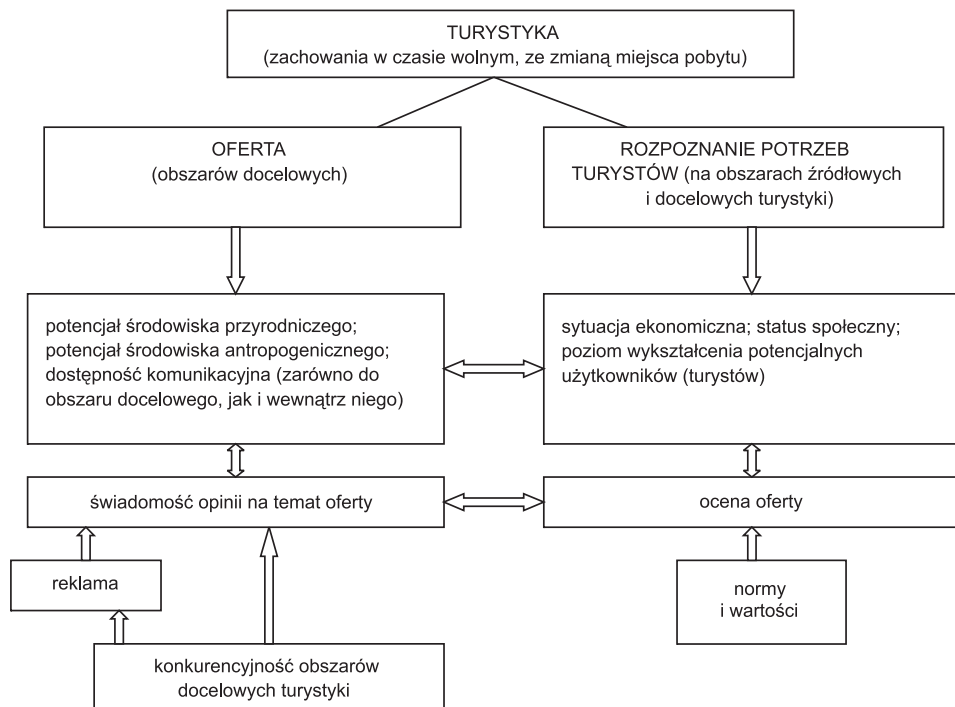
Ryc. 5. Koncepcyjne ramy turystyki (Mathieson, Wall 1982), zmienione



- dynamicznego – obejmującego podróż do miejsca docelowego lub miejsc docelowych wypoczynku;
- statycznego – obejmującego pobyt w miejscu docelowym wypoczynku;
- wypadkowego – wynikającego z dwóch poprzednich elementów i związanego z wpływem turystyki na podsystemy: gospodarczy, fizyczny (przyrodniczy) i społeczny, z którymi turystyka pozostaje w bezpośrednim kontakcie.

**Element dynamiczny** obejmuje popyt na turystykę oraz różnorodne formy turystyki (ryc. 5). **Popyt** na turystykę wyraża się poprzez liczbę osób podróżujących w celu korzystania z infrastruktury i usług turystycznych w miejscach oddalonych od miejsca, w których mieszkają i pracują. O jego wzroście decydują przede wszystkim następujące czynniki:

- wzrost dochodu (na głowę) ludności oraz wyższy poziom dochodów netto (rozporządzeniowych), które pozwalają na korzystanie z droższych form rekreacji (w tym także turystyki) oraz umożliwiają pokonywanie większych odległości;
- pragnienie ucieczki od napięć związanych z życiem w ośrodkach miejskich i zmiany otoczenia oraz poszukiwanie możliwości rekreacji poza granicami miasta. „Wielkość i charakter popytu na usługi turystyczno-wypoczynkowe są wprost proporcjonalne do stopnia industrializacji kraju, zwłaszcza do stopnia uciążliwości bytowania w środowisku zurbanizowanym” (Kostrowicki 1975);
- zwiększona mobilność – postęp w dziedzinie transportu (w szczególności samochodowego i lotniczego) umożliwił szybsze i wygodniejsze podróżowanie,



Ryc. 6. System turystyki (Stewig 1991)

w związku z czym odległe miejsca docelowe stały się bardziej dostępne dla szerszych rzesz społeczeństwa;

- wzrost poziomu wykształcenia, który przyczynia się do „rozbudzenia” pragnienia poznawania nowych osób i miejsc, a także wzrostu świadomości odnośnie do środków umożliwiających realizację tego pragnienia. Obecnie zdolność do podróżowania jest uważana za integralną część współczesnego stylu życia oraz typu konsumpcji.

Wzrost popytu na turystykę stanowi również wynik szeregu ściślej określonych czynników, do których należą:

- rozwój w zakresie usług świadczonych przez organizatorów ruchu turystycznego, w szczególności agentów turystycznych i tour operatorów, którzy w znacznym stopniu odciążyli turystów pod względem obowiązków związanych z planowaniem i organizacją wypoczynku;
- rozwój w zakresie lotów czarterowych;
- opracowanie nowych narzędzi służących sprzedaży **produktu turystycznego** rozumianego w węższym znaczeniu jako wszystko, co turysta kupuje, natomiast w szerokim jako wszystko, co turysta czyni w czasie podróży oraz w miejscu przeznaczenia, tj. podczas pobytu w miejscu docelowym (Burkart, Medlik 1974). W szerokim sensie Gołębski (1998) definiuje ten termin jako „wszystkie dobra i usługi tworzone i kupowane w związku z wyjazdem poza miejsce stałego zamieszkania i to zarówno przed rozpoczęciem podróży, w trakcie podróży, jak i w trakcie pobytu poza swoją rodzinną miejscowością”. Produkt jest też pojmowany jako oferta (propozycja) sprzedaży weryfikowana przez rynek. Produktem może być przedmiot, usługa, miejsce, organizacja lub idea (Altkorn 1998). Niektórzy autorzy jako synonimu „produktu” używają takich określeń, jak „pakiet wartości” czy „wiązka korzyści” (Kotler 1980, Buell 1984);
- zwiększenie stopnia organizacji w zakresie przemysłu turystycznego (działalność organizatorów ruchu turystycznego, międzynarodowych organizacji turystycznych, krajowych i regionalnych organizacji i instytucji turystycznych, a także współpraca przedsiębiorstw działających w ramach sektora transportu i obsługi obiektów noclegowych).

Drugi z czynników wchodzących w skład elementu dynamicznego turystyki, tj. **formy turystyki**, odnosi się do różnych typów podróżowania. Formy turystyki decydują o charakterze przeżyć turystycznych oraz oddziaływaniu turystyki na społeczności lokalne i lokalne środowisko przyrodnicze. Pomimo wielu prób podejmowanych w literaturze przedmiotu (m.in. przez Krzymowską-Kostrowicką 1997, Warsznińską 1999, Zajadacz 2001) nie opracowano dotychczas naukowo typologii form turystyki współczesnej. „Dokonanie takiej typologii będzie możliwe dopiero po uzyskaniu wyników większej niż dotychczas liczby badań empirycznych nad turystyką” (Przeclawski 1996).

**Element statyczny** dotyczy **chłonności turystycznej**, **cech ruchu turystycznego**, jak również **cech miejsca docelowego turystyki** (jego potencjału turystycznego).

**Chłonność turystyczna** (naturalna) oznacza maksymalną liczbę turystów, którzy mogą swobodnie penetrować dany obszar, bez obawy powstania na nim ujem-

nych zmian ekologicznych (Ruszkowski, Studnicki 1988). Wielkość chłonności wyraża wskaźnik chłonności naturalnej, czyli wielkość dopuszczalnego obciążenia na jednostkę powierzchni, który z jednej strony zapewnia komfort wypoczynku turysty, a z drugiej nie powoduje degradacji środowiska przyrodniczego (Regel 1975, za Zaręba 2000; por. Ważyński 1995, Krzymowska-Kostrowicka 1997). Natomiast według Medlika (1995) chłonność turystyczna jest rozumiana jako maksymalna pojemność miejsca lub obszaru, która może zapewnić działalność turystyczną bez pogorszenia jakości doznań odwiedzających lub jakości środowiska. Oznacza to, że chłonność turystyczna może mieć wymiar fizyczny, społeczny (zależnie od odczuć) i środowiskowy. Zwykle wyrażana jest za pomocą liczby osób korzystających równocześnie np. z zabytku, plaży czy ośrodka turystycznego (por. Zaręba 2000).

Charakterystyka **cech ruchu turystycznego** (Mathieson, Wall 1982) obejmuje następujące zmienne społeczno-gospodarcze: wiek i płeć; poziom dochodów i wysokość dochodów rozporządzalnych; motywacje, postawy i oczekiwania turystów; podłoże rasowe i etniczne oraz indywidualne cechy charakteru. Obejmuje ona także informacje o „poziomie użytkowania”, czyli liczbie odwiedzających, ich rozmieszczeniu w przestrzeni i czasie, długości pobytu, typach aktywności turystycznej oraz poziomie satysfakcji turystycznej.

Inicjacji ruchu turystycznego można upatrywać zarówno w warunkach i trybie życia w miejscu zamieszkania, jak i „przyciągającej” sile walorów miejsca recepcji turystyki. Podejmując dobrowolną, czasową podróż w celach natury społeczno-kulturowej i zawodowej człowiek wykazuje indywidualne upodobania w zakresie organizacji wypoczynku oraz posiada niejednakowe możliwości ich realizacji związane z warunkami socjalnymi. Rozwój ruchu turystycznego powoduje, iż „zawłaszcza on cenne krajobrazowo przestrzenie i prowadzi do specyficznego ich zagospodarowania. Wyzwala siły niezbędne do podejmowania działalności prowadzącej do obsługi samego siebie. To ruch turystyczny powołuje do życia niezbędną dla siebie obsługę, zagospodarowanie, reklamę itp. oraz organizuje na własne potrzeby przestrzeń (zawłaszcza specyficzny typ przestrzeni, który można nazwać przestrzenią turystyczną)” (Matczak 1992). Z jednej strony rozwój ruchu turystycznego jest więc determinowany potencjałem turystycznym miejsca docelowego turystyki, z drugiej inicjuje on rozwój sektora usług i bazy materialnej turystyki stanowiących części składowe tego potencjału. Może on także przyczynić się do dewastacji i degradacji walorów turystycznych, stanowiących główne atrakcje miejsc recepcji turystyki.

Natomiast w grupie **cech miejsca docelowego** (potencjału turystycznego) wyróżniają się (Mathieson, Wall 1982): naturalne cechy i procesy środowiskowe (m.in. rzeźba terenu, warunki glebowe i klimatyczne, szata roślinna, świat zwierzęcy, erozja); strukturę gospodarczą i rozwój gospodarczy (poziom rozwoju gospodarczego, stopień zróżnicowania bazy gospodarczej, przestrzenny aspekt rozwoju gospodarczego, typy inwestycji, udział importu i eksportu w dochodach obszarów recepcji turystyki); strukturę i organizację społeczną (profil demograficzny ludności lokalnej, „siła” lokalnej kultury, dostępność i jakość atrakcji kulturalnych, typ organizacji społecznej, udział kobiet w ogóle zatrudnionych, wyzna-

nie, normy moralne, stan zdrowia ludności, bezpieczeństwo społeczne, stosunek do turystów, język, tradycja, kuchnia); organizację polityczną (struktura polityczna krajów i regionów, do których przybywa turysta; ustrój – kapitalizm, komunizm; przyjęte strategie rozwojowe; krajowe, regionalne i lokalne organizacje turystyczne); poziom rozwoju turystycznego (poziom zaangażowania ludności lokalnej w przemysł turystyczny, charakterystyka i stopień zróżnicowania atrakcji turystycznych, typ i jakość zakwaterowania, obiekty kulturalne i gastronomiczne, rola organizatorów ruchu turystycznego).

Potencjał turystyczny obejmuje więc całość istotnych elementów oferty turystycznej danego miejsca i w związku z tym jest rozumiany jako „suma elementów, które posiadają znaczenie dla jego turystycznej przydatności i atrakcyjności” (Bellinger 1994). Wśród składowych potencjału turystycznego wyróżnia się trzy podstawowe elementy: walory turystyczne, będące turystycznym potencjałem naturalnym i potencjałem kulturowym, a także służące turystom urządzenia, czyli potencjał techniczny (por. Zajadacz 2001). Przy czym charakter walorów w dużej mierze determinuje strukturę urządzeń udostępniających je turystom.

**Element wypadkowy** (Mathieson, Wall 1982) wynika z interakcji turysta-miejsce wypoczynku. Koncentracja turystów oraz infrastruktury i usług turystycznych na obszarach docelowych wiąże się z szeregiem konsekwencji: gospodarczych (obejmujących koszty i zyski finansowe wynikające z rozwoju oraz użytkowania infrastruktury i usług turystycznych), fizycznych (zmiany jakości środowiska przyrodniczego) oraz społecznych (zmiany w zakresie stylu życia stałych mieszkańców obszarów użytkowanych turystycznie). Działalność turystyczna jest przy tym zazwyczaj korzystna pod względem gospodarczym i równocześnie szkodliwa pod względem społecznym i przyrodniczym (np. przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy oraz wzrostu dochodów lokalnej ludności, jednakże np. godziny pracy mogą posiadać ujemny wpływ na życie rodzinne, zachowania społeczne oraz wypoczynek). Rozbudowa infrastruktury turystycznej może wpływać niekorzystnie na stan środowiska przyrodniczego, z drugiej jednak strony może przynosić znaczne dochody, które mogą zostać wykorzystane na rzecz ograniczenia degradacji tegoż środowiska. Powiązania między wymienionymi trzema podsystemami są tak ścisłe, że określenie oddziaływania turystyki oraz sporządzenie prognoz tego oddziaływania staje się zadaniem niezmiernie trudnym i złożonym. Określenie środków służących łagodzeniu negatywnego oddziaływania turystyki i równocześnie wzmagających jej oddziaływanie pozytywne wymaga znajomości dynamiki różnych rodzajów oddziaływania oraz ich zróżnicowania w zależności od intensywności użytkowania, typu użytkowania turystycznego (form turystyki) oraz cech obszaru turystycznego. Zazwyczaj środki takie podejmowane są niestety po uprzednim pojawieniu się szkód spowodowanych oddziaływaniem użytkowania turystycznego.

Schematy obrazujące „konceptyjne ramy turystyki” (ryc. 5) oraz „system turystyki” (ryc. 6) stanowią próbę zestawienia aspektów związanych z dynamiką turystyki. Uwypuklają one – analogicznie jak w przypadku przedstawionych przez Wiedienina (1982) i Sołowiej (1992) koncepcji Terytorialnych Systemów Rekreacyjnych (TSR) – dwa podsystemy wchodzące w skład „systemu turystyki”, tj. jej

podmiot (uczestników ruchu turystycznego) oraz przedmiot użytkowania (cechy potencjału turystycznego), a ponadto wskazują na zachodzące między nimi zależności.

Pojmowanie turystyki w ujęciu holistycznym jako kompleksu powiązanych interakcjami podsystemów jest bliskie znaczeniowo terminowi „turyzm”. Termin ten funkcjonuje w literaturze naukowej od początku lat 30. XX w. i rozumiany jest według definicji Leszczyckiego (1937) jako „całokształt zagadnień teoretycznych, gospodarczych, geograficznych, statystycznych, prawnych, kulturalnych i społecznych związanych z ruchem uzdrowiskowo-turystycznym”. Do turyzmu należy więc badanie możliwości rozwoju turystyki, różnych jej przejawów i wpływu na jednostkę i środowisko, a także opracowywanie ich historii i skutków gospodarczych (*Ruch turystyczny* 1957, za Warszzyńska, Jackowski 1979). Bartkowski (1977) postulował, by uznać turyzm za pojęcie o znaczeniu szerszym niż turystyka, czyli uznać, iż turystyka stanowi część turyzmu i jest synonimem zjawiska wycieczkowania, wędrowania oraz migracji. Jednak obecnie termin „turystyka” jest często używany w znaczeniu turyzmu. Jak stwierdzają autorzy *Geografii turystyki Polski* (Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 1998) określenie „geografia turystyki” stosuje się „jako konsekwencję przyjęcia szerszego zakresu pojęciowego „turystyki”, odpowiadającego w zasadzie pojęciu „turyzm” w innych pracach”. Natomiast Jędrzejczyk (2000) podkreśla, iż „w dobie współczesnej turystyka postrzegana jest przez naukę coraz powszechniej jako rodzaj działalności gospodarczej, z jednej strony przynoszącej zysk, a z drugiej zaspokajającej potrzeby związane z czasem wolnym i podróżą”.

# Rozdział 3

## Formy turystyki realizowane w wybranych miastach Sudetów Zachodnich

Identyfikacji form turystyki realizowanych w badanych miastach dokonano w oparciu o analizę uwarunkowań i etapów rozwoju turystyki w ujęciu historycznym (Zajadacz 2001, 2002), ze szczególnym uwzględnieniem motywów penetracji gór oraz struktury i dynamiki ruchu turystycznego w ujęciu współczesnym (lata 90. XX w.). Materiał źródłowy stanowiły: dane statystyczne, dane archiwalne, wskaźniki obrazujące natężenie ruchu turystycznego (Schneidera i Charvata) i rozwój bazy noclegowej (Deferta), literatura dotycząca problemu, a także wyniki wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzonych wśród turystów. Wywiady te pozwoliły rozpoznać: natężenie ruchu turystycznego w ujęciu sezonowym, cechy społeczno-demograficzne, motywy przyjazdów i kierunków napływu turystów (Zajadacz 1999a, 2001), rozkład przestrzenny ruchu turystycznego oraz zajęcia rekreacyjne podejmowane przez turystów na badanym obszarze, a także w jego sąsiedztwie.

Zarówno w aspekcie historycznym, jak i współcześnie stwierdzono w badanych miastach znaczne zróżnicowanie realizowanych form turystyki (tab. 4).

Dążąc do określenia predyspozycji wybranych miast do rozwoju zidentyfikowanych w nich form turystyki, stwierdzono, iż najbardziej przydatny w dalszych rozważaniach będzie podział tych form według kryterium motywów przyjazdów turystów oraz podejmowanych przez nich zajęć rekreacyjnych. Dane te umożliwiają rozpoznanie popytu na konkretną ofertę turystyczną.

W oparciu o przyjęte kryteria można stwierdzić, iż na badanym terenie są realizowane zarówno wyszczególnione przez Bellinger (1994) formy turystyki typowe dla miast (tj. turystyka krajoznawcza, kulturalna, konferencyjna, biznesowa i konsumencka), jak i formy turystyki związane z potrzebą rekreacji na świeżym powietrzu i obcowania z przyrodą oraz zaspokajaniem potrzeb emocjonalnych (tj. turystyka kwalifikowana, sentymentalna, zdrowotna, alternatywna i etniczna). Zauważa się także kontynuację tych form, które rozwinęły się w przeciągu dziejów i zostały zidentyfikowane na początku XX w. przez badacza turystyki karkonoskiej Posera (1939).

Uczestnicy **turystyki krajoznawczej** dążą do zbierania i popularyzowania wszelkich wiadomości (geograficznych, historycznych, etnograficznych itp.) o danym kraju lub regionie podanych w sposób ścisły, ale popularny (por. Bartkowski 1985). Turystyka krajoznawcza należy do głównych form turystyki uprawianych w badanych miastach, przy czym jest szczególnie popularna w miastach o bogatych walorach kulturowych (m.in. Jeleniej Górze i Kowarach).

**Turystyka kulturowa** to wycieczki do miejsc o wartości artystycznej i historycznej, wizyty w galeriach, muzeach, podróż, których celem jest uczestniczenie



w spektaklach artystycznych i innych wydarzeniach kulturalnych (Medlik 1995). Do tego rodzaju turystyki należy także **turystyka rozrywkowa**, będąca formą podróży wspólną niemal dla każdego podróżnego przebywającego w mieście i korzystającego z jego wieczornej oferty kulturalno-rozrywkowej. Ten rodzaj turystyki jest specyficzny dla wszystkich miast bez względu na ich wielkość. Charakterystyczne jest przy tym to, iż publiczność stanowią często wycieczkowicze (Henseling 1984). Innym rodzajem turystyki kulturowej jest ruch związany z uczestnictwem w różnego rodzaju masowych imprezach (np. kulturalnych, sportowych i politycznych) organizowanych pod gołym niebem lub w wielkich halach. Charakterystyczną cechą w tym przypadku jest skoncentrowanie się – najczęściej w ciągu jednego dnia – mas turystów w obrębie potrzebnych wolnych powierzchni, stadionów, basenów, hal sportowych lub torów wyścigowych (Henseling 1984). Forma ta

Tabela 4. Formy turystyki realizowane w badanych miastach

A) w aspekcie historycznym

wg zajęć rekreacyjnych i długości pobytu (Poser 1939)
uzdrowska, letnia (na świeżym powietrzu), zimowa (związana z uprawianiem sportów zimowych), wędrowna, tranzytowa

B) w aspekcie współczesnym

wg motywów przyjazdów oraz zajęć rekreacyjnych					
krajoznawcza, kwalifikowana, sentymentalna, zdrowotna (uzdrowska), alternatywna, biznesowa, kulturalna, etniczna, konferencyjna					
wg zasięgu czasowego			wg rozpatrywanego zasięgu przestrzennego		
sezony rekreacyjne	pory roku	długość pobytu turystów			
w sezonie letnim	letnia jesienna	długoterminowa krótkoterminowa (do 1 tyg.)	przyjazdowa: krajowa zagraniczna	wędrowna pobytna	
w sezonie zimowym	zimowa wiosenna				
wg cech turysty					
wiek	pleć	wykształcenie	środki finansowe przeznaczone na turystykę	stosowane środki transportu	organizacja wyjazdu
młodzieżowa	kobiet	osób z	de lux	samochodowa	zorganizowana
dorosłych	mężczyzn	wykształceniem: podstawowym zawodowym średnim wyższym	dla klas średnich	autokarowa autobusowa kolejowa	(przez biuro podróży, zakład pracy) niezorganizowana

\*czcionką wytłuszczoną zaznaczono dominujące formy turystyki

Źródło: opracowanie własne

występuje we wszystkich badanych miastach, jednak rzadko jest „bodźcem” do przyjazdów turystów, stanowiąc raczej formę „towarzyszącą” głównym zajęciom rekreacyjnym. Przejawia się uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych, imprezach rozrywkowych, zwiedzaniu miejsc o wartości historycznej i artystycznej (m.in. galerii i muzeów – szczególnie w Jeleniej Górze, Karpaczu oraz Szklarskiej Porębie), jak również uczestnictwem w masowych imprezach kulturalnych (np. Wrzesień Jeleniogórski) lub sportowych (np. Bieg Piastów w Szklarskiej Porębie-Jakuszycach).

**Turystyka konsumencka (zakupowa)** to termin obejmujący przyjazdy do miasta leżącego poza strefą codziennej penetracji w celu dokonania prywatnych zakupów (Stillger 1980). Podobnie jak turystyka kulturowa, jest ona formą towarzyszącą głównym zajęciom rekreacyjnym. Można ją także zidentyfikować we wszystkich miastach, jednak jej szczególne natężenie obserwuje się w Jeleniej Górze, która posiada najbogatszą ofertę handlową.

Mianem **turystyki biznesowej** określa się podróże odbywane przez pracowników i inne osoby w ramach pracy, obejmujące uczestnictwo w spotkaniach, konferencjach i wystawach (Medlik 1995). W odróżnieniu od innych rodzajów turystyki jest ona o wiele mniej czuła na czynnik kosztów i wahania klimatu, bardziej zaś zależy od ogólnych warunków ekonomicznych oraz koniunktury gospodarczej (Gaworecki 1997, 2000). Jej uczestnicy korzystają z bazy hotelowej, usług podstawowych, jak i dodatkowych o wysokim standardzie. Do tego rodzaju turystyki należy także **turystyka targowa**, koncentrująca się zasadniczo w dużych miastach posiadających infrastrukturę targową. Występuje ona przede wszystkim w miastach, w których funkcjonują duże zakłady przemysłowe (tj. Jeleniej Górze i Kowarach).

**Turystyka konferencyjna** to wyjazdy podejmowane w celu uczestniczenia w konferencjach i kongresach (Gaworecki 1997, 2000). Także w tym przypadku dużą rolę odgrywa odpowiednia infrastruktura turystyczna. Ważnymi czynnikami wpływającymi na atrakcyjność danego miasta są: możliwość nocowania w hotelach o wysokim standardzie, odległość miejsca kongresu lub konferencji od centrum oraz lokali gastronomicznych, a także warunki przyrodnicze, jak i ogólny „image” odwiedzanego miasta (Henseling 1984). Rozwija się przede wszystkim w Jeleniej Górze, Karpaczu, Szklarskiej Porębie i Świeradowie Zdroju.

**Turystyka kwalifikowana** wymaga przygotowania kondycyjnego, odpowiednich umiejętności, a nierzadko także i pozwolenia na jej uprawianie. Cechuje się częstą zmianą miejsca pobytu połączoną ze zmianą codziennego trybu życia, zaspokajaniem potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, osobistego kontaktu z innym środowiskiem społecznym, przyrodniczym i kulturowym oraz potrzeb informacyjno-poznawczych. Do cech specyficznych tego rodzaju turystyki zalicza się konieczność fizycznego i psychicznego przygotowania kondycyjnego, umiejętność posługiwania się sprzętem turystycznym, zaspokajanie potrzeb aktywności ruchowej oraz posiadanie wiedzy dotyczącej podejmowanej aktywności. Ma wiele cech zbliżonych do sportu, różni się jednak od niego znaczną ruchliwością przestrzenną (Gaworecki 1997, 2000). Na badanym obszarze do najczęściej uprawianych rodzajów turystyki kwalifikowanej należą: wędrowki górskie, narciarstwo (zjazdowe i biegowe), górską turystyką rowerową, wspinaczka skałkowa oraz lotniarstwo i paralotniarstwo.



Znamiennymi cechami **turystyki alternatywnej** są: „ściśła, na ogół wąska specjalizacja celów i potrzeb, realizowanych zwykle w małych grupach osób o podobnych zainteresowaniach i podobnym poziomie intelektualnym; naturalna potrzeba zaspokajania ciekawości, poznawania różnorodności świata, a co za tym idzie wzbogacania własnej wiedzy, własnego »ja«; zakładana a priori ograniczona ingerencja w odwiedzane układy, czy to przyrodnicze, społeczne, czy też kulturowe, wynikająca z poszanowania istniejących na świecie odmienności” (Krzymowska-Kostrowicka 1995b). Termin „turystyka alternatywna” stosowany jest zwykle w odniesieniu do tych form turystyki, które mają na celu uniknięcie negatywnego i zwiększenie pozytywnego oddziaływania społecznego, kulturalnego oraz ekologicznego, jakie niesie ze sobą ruch turystyczny. „Obecnie coraz częściej przyjmuje się, że obejmuje ona takie formy ruchu turystycznego jak: turystyka ekologiczna (ekoturystyka), turystyka wiejska, turystyka kulturowo-poznawcza itp.” (*op. cit.*). Turystyka alternatywna określana jest także jako: odpowiednia, odpowiedzialna, łagodna, zrównoważona, zielona, zharmonizowana, nieagresywna (Medlik 1995, por. Pietrzak, Sołowiej 1999, Zaręba 2000). Szczególnie dogodne warunki do realizacji tej formy wypoczynku istnieją w miejscowościach mniej znanych, takich jak Piechowice czy Kowary, w których ruch turystyczny nie ma cech „masowości”.

Mianem **turystyki zdrowotnej** określa się podróże w celu regeneracji ustroju dzięki aktywnemu wysiłkowi fizycznemu i psychicznemu (Wolski 1970). Motywy podejmowania podróży w celach zdrowotnych mogą być obecne prawie w każdej formie turystyki. Przy takim założeniu turystyka zdrowotna jest pojęciem zbiorczym. Cele zdrowotne mogą być osiąganе w turystyce uzdrowiskowej, kwalifikowanej, pobytowej, weekendowej i innej (Gaworecki 1997, 2000, por. Kornak 1999). Turystykę zdrowotną można zidentyfikować jako częsty motyw przyjazdów turystycznych we wszystkich badanych miastach, w tym szczególnie w posiadających status uzdrowiska (Jeleniej Górze i Świeradowie Zdroju), uzdrowiska w rozwoju (Kowarach) czy stacjach klimatycznych (Karpaczu i Szklarskiej Porębie).

**Turystyka etniczna** polega na odwiedzaniu społeczności ludzkich o odmiennych typach kultury, odmiennych obyczajach itp. Jest reprezentowana przede wszystkim przez turystów zagranicznych.

**Turystyka sentymentalna** to podróże do miejsc, z którymi odwiedzający jest związany emocjonalnie. O wyborze miejsca wypoczynku decydują głównie miłe wspomnienia (np. z młodości lub dzieciństwa). Oznacza także podróże zagraniczne odbywane do kraju pochodzenia przodków. Jest ona związana ze zjawiskiem diaspory, rozumianym jako rozproszenie jakiejś narodowości na obczyźnie. Dla jej rozwoju ważne są takie czynniki, jak dynamika życia grupy etnicznej oraz jej wewnętrzna integracja. Motyw wyjazdów stanowi kultywowanie odrębności kulturowej, prowadzenie ożywionej działalności społecznej i wydawniczej w kręgu danej grupy etnicznej, a także silne powiązania emocjonalne z krajem pochodzenia (Gaworecki 1997, 2000). Przejawem tej formy turystyki w Sudetach Zachodnich są częste przyjazdy do „miejsca pochodzenia swego lub bliskich” ludności niemieckiej zamieszkującej ten teren przed II wojną światową. Sentymenty kierują także turystami krajowymi, którzy chętnie wracają do miejsc związanych z miłymi wspomnieniami.

# Rozdział 4

## Potencjał turystyczny miast (PTM)

Miasto jest historycznie ukształtowanym typem osiedla, który wyznaczony jest istnieniem społeczności lokalnej skoncentrowanej na obszarze o odrębnej organizacji, uznanej i określonej prawnie oraz wytwarzającej w ramach swej działalności pewien zespół urządzeń trwałych stanowiących odrębny typ krajobrazu (Dziewoński 1956). Środowisko miejskie stanowi wewnętrznie powiązany układ, w skład którego wchodzi przyroda oraz człowiek ze swoją kulturą, działalnością i wytworami. Jednak podstawowym elementem, od którego zależy stabilność układu, jest przyroda (Pęski 1999). Możliwości rozwoju turystyki w mieście rozpatrzono w aspekcie teoretycznym, zwracając szczególną uwagę na specyfikę i strukturę potencjału turystycznego miasta. Przedstawiono również próbę testowania przyjętej za Bellinger (1994) metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast na wybranych miastach Sudetów Zachodnich. Omówiono poszczególne etapy tej metody oraz wyniki przeprowadzonych badań.

### 4.1. Wprowadzenie teoretyczne

#### 4.1.1. Specyfika potencjału turystycznego miasta

Termin „potencjał” (łac. *potentia* = możliwość; siła) oznacza zasób możliwości, mocy, zdolności wytwórczej tkwiącej w czymś, sprawność, wydajność, możliwość w jakiejś dziedzinie (*Słownik wyrazów obcych* 1980); jest zbiorem elementów rozumianych jako środki, które mogą zostać wykorzystane do jakiegoś celu (*Słownik współczesnego języka polskiego* 1996).

W literaturze geograficznej pojęcie potencjału zdefiniowano jako:

- „możliwości wykorzystania danego obszaru, jego krajobrazu (Landschaft), przestrzeni przyrodniczej (Naturraum) do określonych celów” (Bobek, Schmit-hüsen 1949);
- „możliwości wykorzystania obszaru, które tkwią w systemie materialnym jako zasoby energii, zdolne do uwolnienia dzięki podjęciu odpowiednich środków” (Neef 1966). Podobnie stwierdza Mariot (1986), według którego w geograficznej nomenklaturze „pojęcie potencjału odnosi się jednoznacznie do krajobrazu, do zdolności przestrzeni do dostarczania odpowiednich form materiałów oraz energii dla produkcji oraz celów konsumpcyjnych”;
- „zależne od przestrzeni przyrodniczej możliwości użytkowania terenu” – potencjał gospodarczy (Neef 1966).

Termin „potencjał” stał się od 2. poł. lat 60. XX w. popularnym pojęciem stosowanym zarówno w terminologii geografii fizycznej, jak i społeczno-ekonomicznej.

Na gruncie badań nad turystyką i wypoczynkiem wprowadzono określenie **potencjału rekreacyjnego**, rozumianego jako „możliwości pozytywnego oddziaływania przestrzeni przyrodniczych, które poprzez bodźce fizyczne i psychiczne powodują cielesno-duchową regenerację, odprężenie, odpoczynek oraz poprawę stanu zdrowia. Wpływ etyczno-estetycznych bodźców krajobrazowych determinuje określone sposoby zachowania, jak również przyczynia się do wzrostu poziomu zadowolenia z życia ludzi mających zarówno kulturalne, jak i ideologiczne potrzeby społeczne” (Haase 1978). Podobnie termin ten zinterpretował Przewoźniak (1991), podając, iż „potencjał rekreacyjno-balneologiczny to zdolność krajobrazu do zaspokajania potrzeb człowieka w zakresie wypoczynku, regeneracji psychiczno-fizycznej i zdrowia”. Potencjał rekreacyjny stanowi więc substrat rozwoju funkcji rekreacyjnej, system zasobów umożliwiający zaspokajanie potrzeb związanych z wypoczynkiem i turystyką.

Cechą charakterystyczną potencjału rekreacyjnego jest jego zależność od stanu środowiska przyrodniczego. Tworzące go elementy są użyteczne jedynie przy zachowaniu homeostazy systemu przyrodniczego, także przy sezonowej zmianie intensywności jego użytkowania oraz realizowaniu różnych form rekreacji (Lampe, Billwitz 1987).

Przewoźniak (1991) zalicza potencjał rekreacyjno-balneologiczny do potencjału zasobowo-użytkowego, tym samym nawiązując do postulatu Bartkowskiego (1972), by mianem zasobów nazywać jedynie substancje i energie mierzalne. Za zasoby nie uznawano np. walorów klimatycznych, przestrzeni czy też piękna krajobrazu. Obejmowano je pojęciem bardziej ogólnym – „użytki”, odnoszącym się zarówno do zasobów, jak i rzeczy, zjawisk niemierzalnych, a jedynie porównywalnych czy stopniowalnych. Jednak w warunkach gospodarki rynkowej niemierzalne, niegdyś nie cenione dobra podlegają ekonomicznej wycenie (np. klimat – opłaty klimatyczne w miejscowościach wypoczynkowych; przestrzeń, piękno krajobrazu – odpowiednie ceny działek rekreacyjnych). Dobra te stały się „bogactwami naturalnymi”, tj. zasobami. Nie wydaje się więc celowe różnicowanie elementów tworzących potencjał rekreacyjny na zasoby i użytki. Przyjmuje się raczej termin „zasoby”, który także w innych językach (łac. *resurgere*, fr. *ressources*, ang. *resources*) oznacza „środki dla zaspokajania potrzeb”, „źródła, które można wykorzystać” (*Słownik oksfordzki*, za Bartkowski 1972). Potencjał rekreacyjny jest pojęciem nadrzędnym w stosunku do potencjału turystycznego. Umożliwia on zaspokajanie wszelkich potrzeb związanych z regeneracją sił człowieka, przejawiających się w uczestniczeniu w rozrywkach kulturalnych, grach sportowych czy też różnych formach ruchu turystycznego – po godzinach zajęć służbowych lub szkolnych, poza obowiązkami społecznymi i normalnymi czynnościami domowymi. Potencjał rekreacyjny umożliwia więc regenerację sił fizycznych i psychicznych człowieka w szeroko rozumianym tzw. „czasie wolnym” (Warszyńska, Jackowski 1979).

Potencjał turystyczny jest integralną częścią potencjału rekreacyjnego, umożliwiającą zaspokojenie potrzeb uczestników ruchu turystycznego. Według Mariota (1986) „potencjał krajobrazu dla turystyki określa obiektywną gotowość krajobrazu dla rozwoju ruchu turystycznego, bez rozpatrywania, jaki wpływ na krajobraz miałby rozwój tego ruchu”. Natomiast Naumowicz (1993) **potencjał turystyczny**

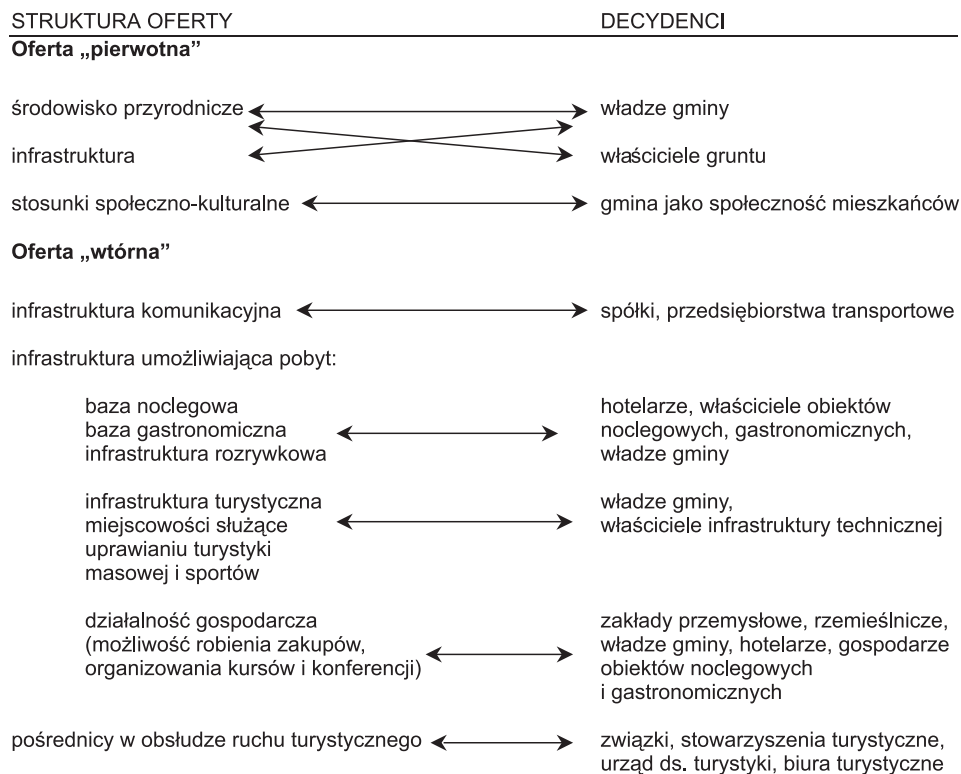
danego obszaru definiuje jako „kompleks kompletnych, wzajemnie się uzupełniających dóbr turystycznych, którego funkcją jest zapewnienie warunków do zaspokojenia potrzeb turystycznych występujących na tym terenie. Obejmuje on poszukiwane przez turystów walory turystyczne będące turystycznym **potencjałem naturalnym** i turystycznym **potencjałem kulturowym**, a także służące turystom urządzenia, czyli **potencjał techniczny**”. Potencjał turystyczny jest podstawą realizacji konsumpcji turystycznej. Znamienne jest, iż charakter walorów turystycznych – głównie naturalnych – w dużej mierze określa strukturę urządzeń udostępniających je turystom.

Specyficznym rodzajem potencjału turystycznego jest **potencjał turystyczny miasta**. Przyjmuje się, iż potencjał ten „**obejmuje całość istotnych elementów oferty turystycznej miasta i w związku z tym jest rozumiany jako suma elementów, które posiadają znaczenie dla turystycznej przydatności i atrakcyjności miasta**” (Bellinger 1994). Natomiast „oferta” jest pojmowana jako podaż lub propozycja świadczenia usług. Kaspar (1986, za Bauer 1993) w strukturze oferty turystycznej wyróżnia dwie zasadnicze grupy: ofertę pierwotną (bezpośrednią) i wtórną (pochodną). „Oferta pierwotna obejmuje czynniki, które w istocie nie mają bezpośredniego związku z ruchem turystycznym, ale poprzez siłę przyciągania nadają turystyce kierunek i kształt. Natomiast oferta wtórna obejmuje wszystkie świadczenia, które ze względu na ich turystyczną przydatność są utrzymywane w stanie gotowości”. Oferta pierwotna nie ma bezpośredniego związku z ruchem turystycznym, ponieważ nie zostaje ona powołana, tworzona w celu obsługi tego ruchu, istnieje niezależnie od niego, w odróżnieniu od oferty wtórnej (infrastruktury turystycznej), która została powołana w celu obsługi ruchu turystycznego, ma więc bezpośredni związek z jego rozwojem. Strukturę dwóch głównych grup stanowiących ofertę turystyczną według Kaspara przedstawiono na rycinie 7.

Sektorowi oferty turystycznej Geigant (1962, za Bauer 1993) przypisuje „specyficzną podwójną rolę”. W czynnikach tworzących ofertę turystyczną upatruje on nie tylko przyczynę, ale i skutek regionalnej koncentracji turystów. Według tego autora w ofercie turystycznej jednoznacznie na pierwszym planie występuje oferta pierwotna, natomiast oferta wtórna odgrywa rolę czynników uzupełniających, które mają bardziej charakter „napełniania” niż „tworzenia” miejsca pobytu turystów.

Wspomniana specyfika potencjału turystycznego miasta wynika z charakteru terenów zurbanizowanych, dla których typowa jest stała obecność człowieka, a co za tym idzie największa różnorodność antropopresji i ogólnie jej wysokie natężenie (Richling, Solon 1996). Typowe dla każdego terenu zurbanizowanego jest występowanie trzech podstawowych rodzajów relacji (Detwyler, Marcus 1972):

- urbanizacja pociąga za sobą modyfikację lub degradację podsystemu przyrodniczego;
- podsystem przyrodniczy wpływa na strukturę, funkcje i funkcjonowanie miasta, w tym na jego rozwój przestrzenny;
- następuje ciągle sprzężenie zwrotne między społecznością miejską a jej środowiskiem fizycznym.



Ryc. 7. Struktura oferty turystycznej (wg Kaspara 1986)

Źródło: Bauer 1993

Charakterystyczny dla miast typ zagospodarowania przestrzeni i organizacji życia społecznego stwarza zarówno możliwości dla rozwoju funkcji turystycznej miasta, jak i powoduje uciążliwości odczuwane przez uczestników ruchu turystycznego.

Do grupy typowych „możliwości” należą:

- bogactwo zasobów kulturowych – zarówno dóbr kultury, jak i przejawów życia kulturalnego;
- zasoby techniczne – rozwinięta infrastruktura miejska (obejmująca urządzenia, instytucje, przedsiębiorstwa świadczące usługi dla społeczeństwa), będąca bazą dla rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej;
- bogactwo „zasobów ludzkich” – wynikające ze znacznej koncentracji ludności, zróżnicowanej zarówno pod względem poziomu wykształcenia, jak i charakteru wykonywanej pracy, co stwarza możliwość świadczenia wielu różnorodnych usług.

Do grupy głównych „uciążliwości” miejskich należą:

- zdewastowane i zdegradowane środowisko przyrodnicze;
- ograniczony kontakt człowieka z przyrodą;
- patologie społeczne wywołane m.in. anonimowością życia w mieście oraz zanikiem mechanizmów kontrolnych wśród społeczności lokalnej, co powoduje



m.in. obniżenie poziomu poczucia bezpieczeństwa zarówno u mieszkańców miasta, jak i przyjezdnych;

- zanik lokalnej gościnności;
- „miejskie tempo życia” – tłok, hałas, ciągły ruch i pośpiech, które wywołują zmęczenie fizyczne i psychiczne organizmu.

Oprócz wymienionych czynników mających wpływ na stopień turystycznej przydatności miasta można wyróżnić także zjawiska, które niosą ze sobą zarówno skutki pozytywne, jak i negatywne. Należą do nich przede wszystkim wybrane elementy infrastruktury, w szczególności zakłady przemysłowe i duże przedsiębiorstwa będące głównymi emitarami zanieczyszczeń środowiska przyrodniczego i tym samym przyczyniające się do obniżenia poziomu warunków życia w mieście. Mogą one jednak stanowić także podstawę dla rozwoju turystyki biznesowej.

#### 4.1.2. Struktura potencjału turystycznego miasta

„Pojęcie struktury jest z natury rzeczy wieloznaczne, można je ujmować analitycznie jako zbiór poszczególnych elementów przyrody, np. rzeźby, wód, powierzchniowych, roślinności, gleb, które z kolei podzielić można na jednostki niższego rzędu, można również strukturę traktować bardziej syntetycznie – jako zespół wzajemnych związków między współtworzącymi ją elementami, a więc w kategoriach geoekologicznych. (...) Struktury nie są atrybutami przyrody, lecz sposobem jej widzenia i służą przede wszystkim porządkowaniu obserwowanych zjawisk” (Krzymowska-Kostrowicka 1995a).

W niniejszej pracy struktura potencjału turystycznego miasta zostanie rozpatrzona w ujęciu analitycznym. Głównym celem przeprowadzonej analizy jest bowiem wyłonienie elementów składowych potencjału turystycznego miasta, porównywalnych dla wszystkich badanych miast oraz dokonanie oceny ich przydatności i atrakcyjności dla rozwoju różnych form turystyki.

W strukturze potencjału turystycznego miasta Stalski (1985) w oparciu o badania ankietowe wyróżnił atrakcje będące przedmiotem zainteresowania sześciu grup turystów: wycieczkowiczów, uczestników wyjazdów badawczych/naukowych, kongresów, wczasów wędrownych, wczasów pobytowych oraz pobytów weekendowych. Do atrakcji tych zaliczył: „nowoczesną cywilizację”, zabytki kulturalne, dziedzictwo historyczne (głównie architekturę i muzea), zbiory sztuki pięknej, imprezy sportowe, obiekty sportowe, filharmonie, teatry oraz parki, ogrody, krajobrazy naturalne.

Bellinger (1994), nawiązując do opracowania Turowskiego (1972) i Stillgera (1980), wyróżniła w strukturze potencjału turystycznego miasta trzy podstawowe czynniki: uwarunkowania przyrodnicze, infrastrukturę turystyczną oraz czynniki społeczne (tj. społeczno-kulturowe, społeczno-ekonomiczne oraz społeczno – psychologiczne) ruchu turystycznego. Ponadto w badaniach nad potencjałem turystycznym miasta uwzględniła działania marketingowe, mające na celu maksymalizację sprzedaży oferty turystycznej.

Butowski (1996), przeprowadzając studium porównawcze funkcji turystycznej sześciu europejskich stolic, objął analizą trzy podstawowe elementy: walory tury-

styczne, zagospodarowanie turystyczne oraz ruch turystyczny. Charakteryzując walory, szczególną uwagę zwrócił na walory historyczne. Autor ten przyjął założenie, iż istnieje ścisły związek między wielkością miasta historycznego w poszczególnych okresach a liczbą i rangą posiadanych przez miasto walorów historycznych. Uznał również, że wielkość obszaru śródmiejskiego oraz ścisłego centrum decyduje w dużym stopniu o walorach współczesnych. W zagospodarowaniu turystycznym uwzględnił natomiast bazę noclegową oraz infrastrukturę transportową determinującą dostępność komunikacyjną.

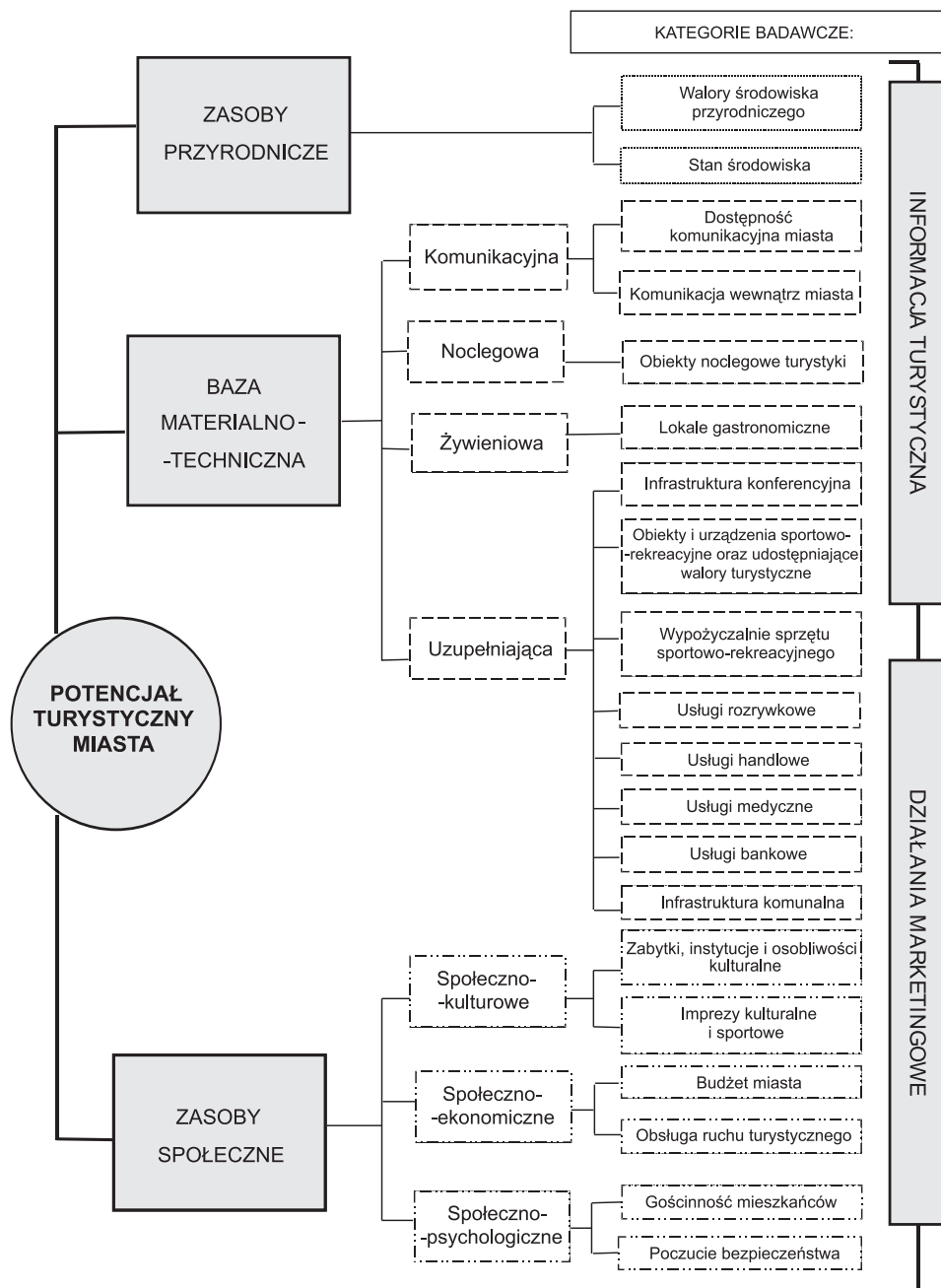
Z analizy przedstawionych opracowań wynika, iż w strukturze potencjału turystycznego, wyróżnia się zasadniczo trzy podstawowe elementy: **zasoby przyrodnicze**, **bazę materialno-techniczną** oraz **zasoby społeczne**. Poza nimi, w kategorii „inne” uwzględnia się system informacji dotyczący wymienionych elementów (ryc. 8).

## 4.2. Analiza porównawcza potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich

Analiza (gr. *análysis* = rozbiór) oznacza myślowe, pojęciowe wyodrębnienie cech, części lub składników badanego przedmiotu, badanie cech jego elementów lub struktury oraz związków, jakie między nimi zachodzą. Natomiast porównanie to zestawienie jakichś zjawisk, rzeczy, osób, ze zwróceniem uwagi na ich cechy wspólne i różniące. Analiza porównawcza potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich obejmuje więc szczegółowe rozpatrzenie ich struktury oraz zestawienie w badanym zbiorze miast informacji dotyczących ich potencjału turystycznego na trzech poziomach szczegółowości: (1) najbardziej elementarnym, dotyczącym cech badanego przedmiotu, (2) wagi wyszczególnionych kategorii badawczych oraz (3) wagi sumarycznej potencjału turystycznego. Porównano także, uwzględniając wyniki przeprowadzonej analizy, możliwości rozwoju różnych form turystyki w danym mieście w odniesieniu do pozostałych miast objętych badaniami. W trakcie interpretacji prezentowanych w tej części opracowania wyników analizy należy pamiętać o tym, iż dane miasto osiągnęło określoną pozycję jedynie na tle badanego zbioru.

### 4.2.1. Wybór kategorii badawczych PTM

Punktem wyjścia w identyfikowaniu i porządkowaniu elementów tworzących potencjał turystyczny wybranych miast była znajomość ich specyfiki: etapów rozwoju turystyki, dynamiki, struktury, rozkładu przestrzennego ruchu turystycznego, realizowanych w nich form turystyki oraz analiza literatury przedmiotu. Podjęto próbę adaptacji znanych z literatury kryteriów oceny potencjału turystycznego miast do ich warunków lokalnych. Istotnym czynnikiem warunkującym wybór kategorii badawczych potencjałów turystycznych wybranych miast oraz kryteriów ich oceny była także dostępność kompletnych, porównywalnych w badanym zbiorze danych.



Ryc. 8. Struktura potencjału turystycznego miasta (w oparciu o Stillger 1980; Bellinger, 1994, zmienione)



Wyboru kategorii badawczych potencjału turystycznego miast dokonano, uwzględniając trzy zasadnicze elementy PTM: **zasoby przyrodnicze**, **bazę materialno-techniczną** oraz **zasoby społeczne** (ryc. 8).

O przydatności i atrakcyjności turystycznej **zasobów przyrodniczych** decydują: walory i stan środowiska przyrodniczego oraz chłonność turystyczna (naturalna).

- **Walory środowiska przyrodniczego** obejmują takie podstawowe składniki, będące przedmiotem zainteresowania turysty, jak: ukształtowanie terenu, warunki klimatyczne, wody mineralne, sieć wód powierzchniowych, szata roślinna. Znaczenie wymienionych elementów krajobrazu dla potrzeb turystyki zostało w literaturze przedmiotu wielokrotnie omówione (np. Warszńska, Jackowski 1979, Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 1998). Ich szczegółowa charakterystyka w odniesieniu do badanego terenu zostanie przedstawiona w dalszej części opracowania.
- **Stan środowiska przyrodniczego.** Informacje dotyczące jakości komponentów środowiska przyrodniczego, w tym przede wszystkim bezpośrednio oddziałujących na komfort wypoczynku i stan zdrowia człowieka tj. powietrza atmosferycznego, wód powierzchniowych oraz „klimatu” akustycznego są podstawą przeprowadzania weryfikacji oceny jego przydatności dla potrzeb turystyki. Dane te, ze względu na duży stopień antropopresji wobec środowiska przyrodniczego miasta są niezwykle istotne przy dokonywaniu ocen jego przydatności i atrakcyjności turystycznej.
- **Chłonność naturalna** – (zdefiniowana w rozdz. 2) na omawianym obszarze była określana dla wybranych terenów Karkonoskiego Parku Narodowego, głównie miejsc o największej koncentracji ruchu turystycznego (por. *Operat udostępniania Parku dla turystyki* 1996). Ze względu na brak danych dotyczących chłonności naturalnej badanych miast oraz fakt iż tego typu badania stanowią oddzielny problem i wykraczają poza ramy niniejszego opracowania, pominięto w dalszej analizie potencjałów turystycznych informacje dotyczące chłonności naturalnej, zadając sobie sprawę z wagi tego problemu jak i niepełnego ujęcia cech charakteryzujących potencjał turystyczny.

**Baza materialno-techniczna** określana jest także mianem infrastruktury lub zagospodarowania turystycznego. Według Warszńskiej, Jackowskiego (1979) zagospodarowanie turystyczne to zespół obiektów i urządzeń stanowiących wyposażenie określonego obszaru, szlaku lub miejscowości umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego. W skład zagospodarowania wchodzi:

- baza komunikacyjna, stanowiąca o dostępności przestrzeni turystycznej oraz ułatwiająca poruszanie się w jej granicach;
- baza noclegowa, która umożliwia turystom przebywanie poza miejscem zamieszkania dłużej niż jeden dzień;
- baza żywieniowa;
- baza uzupełniająca, gwarantująca turystom pozostałe usługi.

Podobny podział zaproponował Turowski (1972), wyróżniając w infrastrukturze turystycznej trzy podstawowe elementy:

- inicjujące ruch turystyczny (tj. baza komunikacyjna)

- obiekty, urządzenia, usługi turystyczne (tj. baza noclegowa, gastronomiczna, urządzenia ułatwiające korzystanie z walorów turystycznych)
- drugorzędne usługi turystyczne (tj. baza uzupełniająca).

Inni autorzy np. Król (1978), Gaworecki (1997) dzielą infrastrukturę na turystyczną i paraturystyczną. Przy czym termin „infrastruktura” definiowany jest jako: „urządzenia, przedsiębiorstwa i instytucje, których zadaniem jest świadczenie usług dla określonych odbiorców, produkcyjnych działów gospodarki narodowej lub bezpośrednio społeczeństwa. Infrastruktura turystyczna to część infrastruktury danego terenu, która powołana została wyłącznie lub głównie do obsługi ruchu turystycznego. Stanowią ją elementy uprzednio nie istniejące, które powstały dopiero wskutek nadania temu regionowi, obszarowi czy miejscowości charakteru turystycznego.(...) Natomiast instytucje i urządzenia paraturystyczne to te instytucje usługowe i urządzenia obsługowe, z których korzystają turyści, ale które powołane zostały w innych celach, nie związanych z turystyką, lub turyści są jedną z założonych grup ich odbiorców, ale nie decydują w głównej mierze o ich powstaniu” (Król 1978). **„Zbiór elementów tworzących infrastrukturę turystyczną i paraturystyczną jest zmienny i może być konkretyzowany jedynie w odniesieniu do warunków określonych w czasie i przestrzeni”** (Punkiel 1974).

W rzeczywistości wyłonienie w infrastrukturze miasta elementów służących wyłącznie turystyce jest niezmiernie trudne. Jedynie baza noclegowa nie nastręcza wątpliwości, można ją zakwalifikować jednoznacznie do infrastruktury turystycznej. Natomiast pozostałe elementy tj. baza komunikacyjna, żywieniowa i uzupełniająca mogą stanowić zarówno elementy infrastruktury turystycznej jak i paraturystycznej. Stąd też w niniejszym opracowaniu podział na dwie wymienione grupy nie będzie stosowany. W bazie materialno-technicznej miasta wykorzystywanej w celu zaspokojenia potrzeb uczestników ruchu turystycznego zostaną uwzględnione cztery zasadnicze kategorie: baza: komunikacyjna, noclegowa, żywieniowa oraz uzupełniająca.

**Baza komunikacyjna** stwarza możliwość dojazdu do celu podjętej podróży, jak i przemieszczania się na obszarze docelowym wypoczynku. W aspekcie turystyki miejskiej na dostępność komunikacyjną składa się zarówno możliwość dojazdu do danego miasta, jak i komunikacja na jego terenie. Istotne znaczenie ma wygoda oraz szybkość dojazdu do wybranego celu, szczególnie dla takich form turystyki miejskiej, jak: biznesowa, targowa, czy konferencyjna.

**Baza noclegowa** stanowi podstawowy elementy zagospodarowania turystycznego, na który składają się wszelkie obiekty i urządzenia umożliwiające turyście nocleg poza miejscem zamieszkania.

**Baza żywieniowa** obok bazy noclegowej jest uznawana za główny element infrastruktury, umożliwiający zaopatrzenie się turystów w żywność poza miejscem zamieszkania. Wyróżnia się w jej strukturze zarówno wszelkiego rodzaju dostępne dla turystów lokale gastronomiczne jak i sklepy oraz punkty sprzedaży produktów spożywczych. W niniejszej pracy, ze względu na fakt, iż informacje na temat struktury branżowej sklepów w badanych miastach nie są dostępne, w tej kategorii ujęto jedynie lokale gastronomiczne. Sklepy, czy też stragany z żywnością zostaną ujęte w „bazie uzupełniającej” w „usługach handlowych”.

**Baza uzupełniająca** obejmuje pozostałe urządzenia umożliwiające realizację różnych form turystyki. W badanych miastach tworzą ją: infrastruktura konferencyjna, obiekty, urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, ponadto usługi rozrywkowe, handlowe i rzemieślnicze (które ze względu na brak wiarygodnych danych zostaną pominięte w dalszej analizie). Do tej kategorii zaliczane są także usługi prywatne i społeczne, które nie są świadczone z myślą o turystyce, ale w razie potrzeby mogą być przez niego wykorzystane, należą do nich przede wszystkim usługi medyczne (lekarские, dentystyczne), bankowe oraz telekomunikacyjne. Istotną jako „substrat” funkcjonowania miasta jest także infrastruktura komunalna (w tym przede wszystkim wodno-kanalizacyjna i energetyczna) decydująca o jakości życia w mieście, w tym także o komforcie wypoczynku.

Baza materialno-techniczna turystyki jak również walory kulturowe (muzea, zabytki itp.) warunkują **pojemność turystyczną** danego obszaru, która „określa maksymalną liczbę turystów, jaka w tym samym czasie może korzystać z infrastruktury turystycznej, paraturystycznej, komunalnej itd. regionu, nie powodując obniżenia jakości oraz zakresu usług oraz produktów turystycznych i nie zakłócając życia społeczno-ekonomicznego w regionie” (Jędrzejczyk 1995, Zaręba 2000).

W **zasobach społecznych** wyróżnia się dwie zasadnicze grupy: „czynniki obiektywne” oraz „społeczno-psychologiczne uwarunkowania subiektywne” (Stillger 1980). Do faktów „obiektywnych” Turowski (1972) zalicza: czynniki społeczno-kulturowe oraz społeczno-ekonomiczne.

**Czynniki społeczno-kulturowe** obejmują walory kulturowe: przejawy folkloru, zasoby i pamiątki historyczne, obiekty współczesnej kultury i techniki oraz imprezy o charakterze kulturalnym i sportowym. Z powodu specyfiki badanych miast: brak lokalnego folkloru (będący konsekwencją zmian ludnościowych po II wojnie światowej), brak także osobliwości turystycznych w postaci obiektów współczesnej kultury i techniki, w analizie porównawczej ich potencjałów turystycznych zostaną uwzględnione jedynie dwie kategorie tj. zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne oraz imprezy kulturalne i sportowe.

**Czynniki społeczno-ekonomiczne** warunkują rangę funkcji turystycznej w strukturze gospodarczej miasta. Z tego punktu widzenia istotne są takie elementy, jak: budżet miasta (w tym szczególnie wydatki na rozwój funkcji turystycznej oraz zyski, jakie przynosi sektor turystyki a także „potencjał ludzki” tworzący personel obsługujący ruch turystyczny.

**Czynniki społeczno-psychologiczne** dotyczą subiektywnego spostrzegania atrakcyjności miasta („image” miasta) przez turystów, jak również relacji między mieszkańcami a odwiedzającymi. „Czynniki te w ostatnich latach są coraz częściej wskazywane jako istotny element potencjału turystycznego” (Bellinger 1994). „Image” to wykreowany obraz osoby lub przedmiotu przedstawiający je w korzystnym świetle. Jest on tworzony w celu zdobycia społecznej akceptacji (szczególnie dla działalności gospodarczej, pozyskania większych rzesz klientów). Na „image” miasta czyli jego publiczny wizerunek składa się nie tylko optyczne wrażenie, ale „kompleks zbioru: uczucia, postawy, sądy znanego i nieznanego rodzaju, które są powiązane z danym miejscem, ze spotkaniem przedmiotem lub obiektem,” (Stillger

1980). Emocjonalny, subiektywny wizerunek miasta, niekoniecznie znanego z własnych obserwacji, czy doświadczeń, w świadomości turystów stanowi częsty impuls decydujący o tym, iż wybierają je na miejsce wypoczynku. Jest także bodźcem rozwoju turystyki sentymentalnej, ponieważ wiele osób swój związek z określonym miastem zapisuje w pamięci poprzez silne emocje. Przy czym nie są to najczęściej obiektywne okoliczności zdarzenia, ani „mozaika” rzeczywistego zagospodarowania miasta, tylko subiektywnie doznane spostrzeżenia, wrażenia, które są odpowiedzialne za siłę przyciągania lub odpychania danego miejsca. Według Wojciechowskiego (1999) „to środki masowej informacji dostarczający odbiorcy informacje (głównie obrazy z uproszczonym komentarzem) kreują w ich umysłach serie struktur informacyjnych określanych jako »wyobrażenia turystyczne« (*images touristiques* u Miosseca). Te wyobrażenia zawierają ciągi asocjacji łączące łatwo rozpoznawalne cechy krajobrazu i jego walory rekreacyjne. Mogą stanowić one obiekt manipulacji nastawionych na proces decyzyjny jako symbol zestawu możliwości wykorzystania, a więc określonego potencjału turystycznego”. Badanie image miasta wymaga oddzielnych, interdyscyplinarnych: geograficzno-psychologiczno-socjologicznych studiów, wykraczających poza ramy niniejszego opracowania. Stąd też zagadnienie to zostanie w dalszej analizie pominięte. Wśród czynników społeczno-psychologicznych zostaną uwzględnione jedynie te, które dotyczą nastawienia stałych mieszkańców wobec przyjezdnych, czyli gościnności ludności miejscowej oraz poczucia bezpieczeństwa turystów w odwiedzanym mieście.

Wymienione elementy stanowią główne składowe potencjału turystycznego badanych miast, przedstawionego schematycznie na rycinie 8. Te spośród nich, które są dostępne percepcji zmysłowej (przede wszystkim wzroku), decydują o jakości wizualnej krajobrazu, którą można traktować jako składową całościowej jakości otoczenia, wpływającej na zaspokojenie potrzeb rekreacyjnych (Wojciechowski 1999). Poza rzeczywistymi możliwościami wykorzystania wymienionych zasobów i infrastruktury dla zaspokojenia potrzeb turystycznych istotny jest także system informacji „filtrujący” wiadomości na ich temat. Decyduje on zarówno o dostępności walorów turystycznych i zagospodarowania turystycznego, jak i postrzeganiu ich atrakcyjności przez turystów. Wyróżnia się w jego strukturze dwie kategorie: **informację turystyczną** – nośnik wiadomości o ofercie turystycznej miasta oraz **działania marketingowe**, których efekt stanowi promocja, w tym reklama tej oferty.

#### 4.2.2. Wybór kryteriów oceny kategorii badawczych PTM

Po dokonaniu wyboru kategorii badawczych potencjałów turystycznych badanych miast kolejny etap pracy stanowi wybór kryteriów oceny tych kategorii, czyli **ustalenie listy cech** charakteryzujących badany przedmiot, **określenie ich wagi** oraz **przyjęcie odpowiednich jednostek miar**. Etap ten jest bardzo istotny, ponieważ „sukces lub niepowodzenie wyników badania uzyskanych metodami analizy porównawczej zależy właśnie od trafnego doboru cech, za pomocą których definiuje się podstawowe pojęcie analizy porównawczej, jakim jest tzw. obiekt wielocechowy” (Hellwig, Kania-Gospodarowicz 1975).

W procedurze dokonywania tego wyboru problem stanowi kwestia obiektywizmu (bezstronności i rzeczowości) proponowanych kryteriów. Niektórzy badacze podają w wątpliwość możliwość zachowania obiektywizmu w badaniach naukowych. Należy do nich m.in. Eberle (1979), który twierdzi, iż „w badanym zakresie, jakim jest turystyka, nie można osiągnąć pełnej obiektywności”. Według Kuhna (1970) „subiektywizm metodologiczny w badaniach naukowych jest rzeczą naturalną. My najpierw tworzymy jakąś hipotezę, potem szukamy danych empirycznych, aby ją potwierdzić. Paradygmat decyduje o tym, co ważne, co widzimy, a czego nie. Dostrzegamy zatem to, co chcemy dostrzec” (Krzymowska-Kostrowicka 1997). Dążąc do minimalizacji miary subiektywizmu w doborze kryteriów oceny (a w konsekwencji i w wynikach badań), w trakcie analizy porównawczej powinno się poszukiwać sytuacji jasnych, tzn. **zdecydowanie pozytywnych lub negatywnych cech badanego przedmiotu** (Bellinger 1994).

Z filozoficznego punktu widzenia każdy obiekt materialny może być opisany nieskończoną liczbą cech. Tymczasem w praktyce, mówiąc o obiektach wielocechowych, mamy na myśli być może kategorie bardzo złożone, ale jednak zawsze opisanie skończoną liczbą cech, których zestawienie zależy nie tyle od obiektu badania, ile od celu badań.

Hellwig i Kania-Gospodarowicz (1975) podają następujące zalecenia pragmatyczne dotyczące ustalania listy cech:

1. lista cech powinna być ułożona na podstawie ogólnej znajomości badanego zjawiska, a pozycje na niej występujące zależą od przyjętego celu badania;
2. ogólne sformułowania zawarte w pkt 1 ulegają konkretyzacji w trakcie zbierania danych statystycznych (wtórnych lub pierwotnych) o obiektach badanych;
3. w oparciu o przesłanki merytoryczne, jak i zebrany materiał konstruuje się tzw. wstępną listę potencjalnych cech, która ulega następnie redukcji z powodu stwierdzenia np. iż cechy te są niemierzalne, mało istotne dla przedmiotu badań lub brak jest kompletnych, reprezentatywnych, porównywalnych dla wszystkich badanych obiektów danych. Powstaje w ten sposób lista cech dopuszczalnych lub istotnych, którą poddaje się dalszej analizie.

W literaturze wymienia się następujące metody ustalania listy cech (tj. dokonywania wyboru kryteriów oceny przedmiotu badań) (Bonertz 1981):

- ustalenia w oparciu o wypowiedzi (życzenia i potrzeby) respondentów (w tym przypadku turystów odwiedzających badane miasta);
- metoda delficka;
- zastosowanie kryteriów znanych z literatury przedmiotu;
- własne decyzje badacza.

Pierwsza z wymienionych metod jest bardzo czasochłonna, wymaga także dużych nakładów finansowych. Jednak bazowanie na wypowiedziach turystów – użytkowników oferty turystycznej badanych miast – wydaje się najbardziej obiektywnym sposobem doboru kryteriów oceny tej oferty. Pomimo wielu trudności związanych ze stosowaniem tej metody (koszty, nakład czasu oraz wynikająca z dynamiki potencjału turystycznego konieczność prowadzenia badań równocześnie we wszystkich wybranych miastach), autorka zdecydowała się na nią ze względu na jej znaczny obiektywizm. Tym samym uwzględnione zostaną opinie turystów na temat wagi, jaką ich zda-



niem posiadają poszczególne cechy danej miejscowości. Z wypowiedzi turystów wynika (Zajadacz 2001), iż do najbardziej istotnych i pożądanых cech należą: piękne krajobrazy, korzystne warunki klimatyczne, dobre wyżywienie, gościnność mieszkańców, poczucie bezpieczeństwa, dobry stan środowiska przyrodniczego oraz wysoka jakość obsługi (tj. usług świadczonych przez personel obsługujący turystów). Natomiast za najmniej istotne uznano takie cechy, jak: możliwość uprawiania sportów, możliwość odwiedzenia więcej niż jednego państwa, „życie nocne” (rozrywki), odmienność miejscowości turystycznej w stosunku do miejsca zamieszkania, imprezy kulturalne i sportowe oraz możliwość dokonania interesujących zakupów.

W wyborze cech kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta zostaną także wykorzystane informacje dotyczące struktury i dynamiki ruchu turystycznego uzyskane w oparciu o wywiady kwestionariuszowe.

Metodę delficką przedstawiono w rozdziale 1.3.1. Znane przykłady jej zastosowania obejmują m.in. badania nad przyszłymi trendami w turystyce w Austrii, Szwajcarii i Kanadzie. Została ona opracowana głównie z myślą o prognozowaniu i jest najczęściej stosowana w tym właśnie celu. Ponadto wykorzystuje się ją niekiedy do rozwiązywania innych skomplikowanych zagadnień. Metoda delficka, podobnie jak ankietowa, cechuje się dużą czasochłonnością. W związku z powyższym na tym etapie pracy nie będzie stosowana. Planuje się jednak jej wykorzystanie w końcowym etapie badań w celu określenia przydatności wybranych miast dla rozwoju różnych rodzajów turystyki.

W związku z istniejącym bogatym dorobkiem naukowym dotyczącym oceny przydatności i atrakcyjności środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki i wypoczynku, uzasadnione wydaje się korzystanie z kryteriów oceny potencjału turystycznego sprawdzonych przez innych autorów i przedstawionych w literaturze przedmiotu. Metoda stosowania znanych z literatury kryteriów oceny należy do „łatwych” w realizacji. Wymaga jednak krytycznego spojrzenia, ponieważ „przy zastosowaniu znanych z literatury kryteriów opieramy się na przypuszczeniu, że te kryteria są rzeczywiście obiektywne i ogólnie istotne dla oceny potencjału turystycznego w mieście, bez ich ponownego sprawdzenia” (Bonertz 1981). W niniejszej pracy metoda ta będzie stosowana razem z pierwszą z wymienionych metod. Kryteria oceny potencjału turystycznego miasta znane z literatury przedmiotu (np. Bellinger 1994) zostaną zweryfikowane w oparciu o wyniki wywiadów kwestionariuszowych. Umożliwi to dostosowanie katalogu tych kryteriów do specyfiki badanych miast.

Stosowanie ostatniej z wymienionych metod („własne decyzje badacza”) wymaga dobrej znajomości przedmiotu badań oraz doświadczenia w pracy badawczej. W niniejszym opracowaniu metoda ta będzie traktowana jako uzupełniająca względem wcześniej wymienionych. Jej zastosowanie przewiduje się przede wszystkim w doborze kryteriów oceny uwarunkowań „społeczno-ekonomicznych” ruchu turystycznego.

Stopień szczegółowości doboru kryteriów oceny jest uwarunkowany skalą opracowania. W tym przypadku pole podstawowe oceny stanowi gmina miejska w granicach administracyjnych. Stąd też kryteria oceny potencjału turystycznego będą odnosić się do miasta jako funkcjonalnej całości.

Po utworzeniu listy cech istotnych powstaje pytanie: jakie **wagi** należy nadać zmiennym zachowanym, czyli jak określić ich relatywne znaczenie na liście cech?

W literaturze istnieją różne poglądy na ten temat. Wielu autorów stwierdza, iż problemu wag w ogóle nie można rozwiązać. Według Hellwiga i Kani-Gospodarowicz (1975):

1. stojąc na stanowisku, że problemu wag nie da się rozwiązać, nie korzysta się pozornie przy definiowaniu wskaźników agregatowych służących do porównywania obiektów wielocechowych z żadnymi wag, lecz to w istocie rzeczy oznacza, że poszczególnym cechom przypisuje się jednakowe wagi równe jedności;
2. jeśli zaakceptuje się możliwość i celowość dokonywania redukcji wyjściowego, potencjalnego zbioru cech do pewnego podzbioru „optymalnego”, a taką możliwość trzeba przyjąć, decydujemy się na wybór kombinacji najlepszej, przypisujemy wybranym cechom wagi równe jedności, a cechom odrzuconym wagi równe zeru.

Problem wag redukuje się więc do pewnej konwencji doboru zmiennych i wynikającego z tej konwencji przypisywania zmiennym zachowanym jedynek, a zmiennym odrzuconym zer. Przyjmuje się zatem, iż **wszystkie** uwzględnione w analizie porównawczej **cechy mają jednakową wagę**.

Przeprowadzenie analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast wymaga porównywalności faktów. Determinuje to konieczność „zmierzenia” proponowanych kryteriów oceny kategorii badawczych abstrakcyjnymi wartościami liczbowymi, czyli **zastosowanie** odpowiednich **jednostek miar**. Miary te przyjmuje się umownie, przy czym „sposób wyboru miary jest sprawą nie podlegającą dyskusji, gdyż sposób wyboru jednostki miary jest zawsze sprawą konwencjonalną” (Hellwig, Kania-Gospodarowicz 1975). Zabieg ten, umożliwiający niezbędną porównywalność danych, wiąże się niestety ze stratą istotnych informacji dotyczących jakości badanych zjawisk czy obiektów. Ocena przydatności danej kategorii badawczej jedynie pod względem ilościowym prowadzi do pominięcia wagi atrakcji i osobliwości turystycznych danego miasta. Na przykład Świątynia Wang w Karpaczu – jedna z głównych osobliwości turystycznych nie tylko tego miasta, ale i całych Sudetów Zachodnich – zostanie zaliczona do kategorii „zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne”, cecha „kościół”. „Ta przymusowa strata informacji odnosi się często do osobliwości jedynych w swoim rodzaju, inicjujących ruch turystyczny w mieście” (Bellinger 1994).

Poprzestanie na analizie ilościowej badanego przedmiotu prowadziłoby do fałszywych wniosków dotyczących rangi potencjału turystycznego danego miasta oraz jego predyspozycji dla rozwoju różnych form turystyki. Stąd też w kolejnej części pracy zostanie przeprowadzona analiza problemowa wagi potencjału turystycznego danego miasta w stosunku do pozostałych badanych miast. W analizie tej zostaną uwzględnione zarówno porównywalne dla wszystkich miast dane liczbowe informujące o jego przydatności dla potrzeb obsługi ruchu turystycznego, jak i dotyczące atrakcyjności oferty turystycznej, ocenionej przez turystów. Wydaje się, iż **wysoki stopień obiektywizmu wyników badań może zapewnić jedynie synteza ocen ilościowych i jakościowych badanego przedmiotu**.



## Walory środowiska przyrodniczego

Do głównych walorów przyrodniczych inicjujących ruch turystyczny i stanowiących najczęstsze motywy przyjazdu turystów do badanych miast należą: rzeźba terenu, wody mineralne oraz warunki bioklimatyczne. Istotne z punktu widzenia przydatności turystycznej miasta jest także występowanie miejskich terenów rekreacyjnych – głównie obszarów zielonych, wód powierzchniowych oraz obiektów i obszarów przyrodniczych prawnie chronionych, stanowiących atrakcje turystyczne.

**Rzeźba terenu.** Dla pola podstawowego oceny, jakim jest obszar miasta, najbardziej odpowiednią miarą wydaje się wysokość względna, tj. różnica między najwyższym i najniższym położonym punktem na tym obszarze (por. Racinowski 1987). Stwierdza się bowiem wprost proporcjonalną zależność: im większa jest ta różnica, tym większa atrakcyjność krajobrazu oraz przydatność terenu dla uprawiania kwalifikowanej turystyki górskiej (pieszej, rowerowej, sportów zimowych oraz wspinaczki skałkowej). Wysokość względna stoków (oprócz takich czynników, jak: długość zalegania pokrywy śnieżnej, średnie nachylenie i ekspozycja stoków oraz pokrycie terenu) stanowi jedno z kryteriów oceny przydatności terenu dla potrzeb narciarstwa (Baranowska-Janota, za Wyrzykowski 1986). Wobec powyższego za kryterium oceny rzeźby terenu zostanie przyjęta jej cecha – wysokość względna w metrach.

**Warunki bioklimatyczne** to zespół warunków fizycznych, chemicznych, biologicznych i meteorologicznych kształtujących bezpośrednie otoczenie organizmu (Krzymowska-Kostrowicka 1997). Spośród elementów meteorologicznych tworzą je te czynniki, którym przypisuje się istotny wpływ na zdrowie i samopoczucie człowieka. Ich identyfikacji dokonano w oparciu o analizę opracowań z zakresu bioklimatologii człowieka, w tym przede wszystkim autorstwa: Nurek (1984), Kozłowskiej-Szczęsnej, Krawczyka, Błażejczyka, Kuczmarskiego (1985), Kozłowskiej-Szczęsnej (1986), Kozłowskiej-Szczęsnej, Błażejczyka, Krawczyka (1997). Według wymienionych opracowań z punktu widzenia bodźcowości klimatu wobec organizmu człowieka istotne są takie jego cechy, jak: usłonecznienie rzeczywiste, usłonecznienie względne, zachmurzenie, temperatura powietrza, wilgotność powietrza, parność, wiatr, opad atmosferyczny, pokrywa śnieżna, mgły oraz burze.

*Usłonecznienie rzeczywiste* wyrażane jest liczbą godzin, podczas których promieniowanie bezpośrednie dociera do powierzchni Ziemi bez zakłóceń spowodowanych przeszkodami. Dla obszarów środkowej Europy określono normę usłonecznienia rzeczywistego wynoszącą dla uzdrowisk 1500 godz. rocznie, a przynajmniej 1350 godz. rocznie dla miejscowości wypoczynkowych o dużym zakryciu horyzontu. Dla porównania normy przyjęte w dawnej Czechosłowacji przewidywały 1650 godz. rocznie ze słońcem dla uzdrowisk i 1350 dla miejscowości wypoczynkowych.

*Usłonecznienie względne* to stosunek procentowy usłonecznienia rzeczywistego do usłonecznienia astronomicznie możliwego, liczonego od wschodu do zachodu słońca, przy niebie bezchmurnym. Jest częstym wskaźnikiem stosowanym w helioterapii. Przyjęto następujące wartości:

możliwość stosowania helioterapii	
≤ 20%	mała lub żadna
20,1–40%	mierna

40,1–60%	umiarkowana
≥ 60%	dobra i bardzo dobra

*Zachmurzenie* jest uzupełnieniem charakterystyki warunków solarnych. Od stopnia pokrycia nieba przez chmury zależy dopływ energii słonecznej w ciągu dnia i wypromieniowanie nocą. Wielkość i rodzaj zachmurzenia wyraża pewien typ pogody: dodatni wpływ na samopoczucie człowieka ma jasna, słoneczna pogoda, a ujemny – pochmurna. Dłuższe okresy pogody o zachmurzeniu całkowitym są uciążliwe biologicznie. W bioklimatologii do charakterystyki warunków helioterapii stosuje się następujące kryteria:

– niebo bezchmurne	warunki bardzo dobre
– zachmurzenie do połowy pokrycia nieba	warunki dobre
– zachmurzenie powyżej połowy pokrycia nieba	warunki przeciętne
– całkowite pokrycie nieba chmurami	warunki złe

Dla celów praktycznych oblicza się również liczbę dni bezchmurnych, liczbę dni o zachmurzeniu równym i mniejszym niż 50% oraz liczbę dni o zachmurzeniu całkowitym (100%) – nieprzydatnych dla helioterapii.

*Temperatura powietrza.* O stopniu uciążliwości warunków termicznych świadczy częstotliwość dni charakterystycznych, tzn. z temperaturą:

– maksymalną $\geq 25,0^{\circ}\text{C}$	dni gorące
– maksymalną $\geq 30,0^{\circ}\text{C}$	dni upalne
– maksymalną $\leq -10,0^{\circ}\text{C}$	dni bardzo mroźne
– minimalną $\leq -10,0^{\circ}\text{C}$	dni mroźne

*Wilgotność powietrza.* Zbyt wysoka lub zbyt niska może być czynnikiem powodującym zakłócenia w procesie oddawania ciepła z organizmu człowieka do otoczenia. W bioklimatologii przyjmuje się, że wilgotność względna to (Bokša, Bogucki 1980, za Kozłowska-Szczęśna, Błażejczyk, Krawczyk 1997):

	f (%)
≤ 55	powietrze suche
56–70	powietrze umiarkowanie suche
71–85	powietrze wilgotne
≥ 86	powietrze bardzo wilgotne

*Parność* występuje przy wysokich wartościach temperatury i wilgotności powietrza, jest zjawiskiem uciążliwym dla człowieka ze względu na trudności z odprowadzaniem ciepła z organizmu. Za dzień parny uznaje się (wg Scharlau) taki, w którym choćby w jednym terminie obserwacyjnym  $e \geq 18,8$  hPa ( $e$  – ciśnienie pary wodnej w danej temperaturze).

*Wiatr* – ruch powietrza jest ważnym czynnikiem kształtującym subiektywne odczucia komfortu i dyskomfortu termicznego, stanowi także bodziec akustyczny. Silny wiatr przy niskiej temperaturze, jak i słaby ruch powietrza przy wysokiej temperaturze (zwłaszcza przy dużej wilgotności powietrza) powoduje zakłócenia w bilansie cieplnym człowieka. Na potrzeby bioklimatologii przyjmuje się klasyfikację prędkości wiatru według K. Knocha (Jankowiak, Parczewski, red., 1978, za Kozłowska-Szczęśna, Błażejczyk, Krawczyk 1997):

$v$ ( $\text{m} \times \text{s}^{-1}$ )	odczucie prędkości wiatru
0–1	cisza

1–4	słaby
4–8	umiarkowany
> 8	silny

Z punktu widzenia bioklimatologii ważne jest określenie liczby dni z wiatrem o prędkości  $> 8 \text{ (m} \times \text{s}^{-1})$  działającym negatywnie, silnie aerodynamicznie na organizm człowieka. Wiatr ten drażni także system nerwowy poprzez szybkie zmiany ciśnienia. Specyficznym rodzajem wiatrów występujących na badanym terenie są feny. Przynoszą one wzrost temperatury powietrza i jego suchości, a ponadto wywołują nagłe zmiany ciśnienia atmosferycznego, przez co stają się bodźcem niekorzystnym. Istotne więc jest uwzględnienie liczby dni z fenem w ciągu roku.

Opad atmosferyczny stanowi czynnik ograniczający możliwość leczenia klimatycznego (klimatoterapii) czy też realizowania rekreacji na „świeżym powietrzu”. Najbardziej ogólnym kryterium oceny warunków opadowych jest liczba dni z opadem  $\geq 0,1 \text{ mm}$ . W bioklimatologii przyjmuje się, że na obszarach wypoczynkowo-uzdrowiskowych nie powinno występować więcej niż 183 dni z opadem średnio w ciągu roku.

*Pokrywa śnieżna.* Długość zalegania pokrywy śnieżnej oraz jej miąższość są podstawowymi czynnikami umożliwiającymi uprawianie sportów zimowych. Jej występowanie ma pozytywny wpływ na stan zdrowia człowieka, w tym przede wszystkim na jego psychikę. Pokrywa śnieżna wytłumia hałas, a także odbija promieniowanie słoneczne, przez co wzrasta udział czynnych biologicznie promieni nadfioletowych. W ocenie bioklimatu uwzględnia się liczbę dni z pokrywą śnieżną w ciągu roku.

*Mgły.* Z bioklimatycznego punktu widzenia ich występowanie oceniane jest negatywnie. Sprzyjają one utrzymywaniu się zanieczyszczeń pyłowych i gazowych w powietrzu, ograniczają dopływ bezpośredniego promieniowania słonecznego oraz pogarszają samopoczucie człowieka. Ponadto ograniczają widoczność, co utrudnia penetrację terenu. Zgodnie z przyjętymi normami liczba dni z mgłą w miejscowościach klimatycznych nie powinna przekraczać 50 w okresie od października do marca oraz 15 dni od kwietnia do września (lub też 38 dni średnio w roku).

*Burze* w bioklimatologii oceniane są także jako zjawisko negatywne. Podczas wyładowań elektrycznych w czasie burzy zachodzą szybkie zmiany pola elektrycznego atmosfery, co może być przyczyną złego samopoczucia u niektórych ludzi. Dodatkowo są one źródłem bodźców akustycznych wywołujących u niektórych osób lęki. Dla charakterystyki warunków bioklimatycznych uwzględnia się liczbę dni z burzą w ciągu roku.

W analizie porównawczej potencjałów turystycznych miast należałoby uwzględnić wszystkie wymienione elementy składające się na meteorologiczne warunki bioklimatu. Jednak sporych trudności nastręcza brak dostępnych danych. Pomiarzy prowadzone w ramach działalności Instytutu Meteorologii i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu dostarczają informacji na temat wszystkich cech z wyjątkiem usłonecznienia rzeczywistego, usłonecznienia względnego, parności oraz dni z fenem i stąd też zostaną one w dalszej analizie pominięte. Pozostałe cechy będą uwzględnione według stosowanych przez IMiGW jednostek miar. Ze względu na dużą „rozpiętość” hipsometryczną badanych miast, mającą wpływ

przede wszystkim na takie czynniki klimatyczne, jak temperatura powietrza i wilgotność (spadek temperatury wraz ze wzrostem wysokości na badanym terenie szacuje się na ok. 0,6°C na 100 m), istotne jest wyraźne zaznaczenie wysokości, na której dokonano pomiaru analizowanych czynników. Dane dla wszystkich miast odnoszą się do centrum miasta, a ich pomiar był prowadzony na wysokości: w Jeleniej Górze – 312 m n.p.m., w Karpaczu – 547 m n.p.m., w Kowarach – 450 m n.p.m., w Piechowicach – 360 m n.p.m., w Szklarskiej Porębie – 705 m n.p.m. oraz w Świeradowie Zdroju – 550 m n.p.m.

**Miejskie tereny rekreacyjne.** Miejsca dogodne dla wypoczynku zarówno w przypadku stałych mieszkańców, jak i turystów to przede wszystkim obszary „zielone” oraz naturalne ciek i zbiorniki wodne.

*Obszary zielone* obejmują: lasy i grunty leśne, grunty zadrzewione i zakrzewione oraz zieleń osiedlową. Wśród lasów pod względem składu gatunkowego we wszystkich badanych miastach dominują bory świerkowe (podobnie jak w całych Sudetach Zachodnich). Charakterystyczną cechą roślinności badanego obszaru jest jej rozpiętość piętrowa. Fabiszewski (1985) zidentyfikował na tym terenie pięć pięter roślinnych: pogórze (do 500 m n.p.m.), regiel dolny (od 500 do 1000 m n.p.m.), regiel górny (od 1000 do 1250 m n.p.m.), piętro kosodrzewiny (od 1250 do 1450 m n.p.m.) oraz piętro alpejskie, czyli halne (powyżej 1440 m n.p.m.). Ponieważ we wszystkich miastach dominuje ten sam typ borów (o takiej samej przydatności rekreacyjnej) oraz występuje rozpiętość piętrowa roślinności, w analizie porównawczej zostanie pominięte kryterium, jakie mógłby stanowić typ zbiorowisk roślinnych (z punktu widzenia jego przydatności dla turystyki i wypoczynku).

*Wody powierzchniowe.* Zbiorniki wodne, rzeki i górskie strumyki stanowią w badanych miastach głównie walory krajobrazowe. Stąd też uzasadnione wydaje się pominięcie szczegółowej analizy ich przydatności dla form rekreacji związanych z wodą (tj. kąpieli, plażowania i sportów wodnych). Celowe jest raczej stwierdzenie ich obecności w krajobrazie.

W związku z powyższym dla tego kryterium oceny przyjęto za jednostkę miary łączny udział procentowy terenów zielonych (lasów i gruntów leśnych, gruntów zakrzewionych i zadrzewionych, zieleni osiedlowej) oraz wód powierzchniowych w całkowitej powierzchni miasta.

**Surowce lecznicze** (wody mineralne i kopaliny lecznicze [torfy]) stanowią podstawę funkcjonowania zakładów przyrodoleczniczych – częstych punktów docelowych wyjazdów turystycznych. Za kryterium oceny zostanie przyjęte występowanie (eksploatowanych) wód mineralnych oraz kopaliny leczniczych wykorzystywanych w sanatoriach i uzdrowiskach.

Do **obiektów i obszarów przyrodniczych prawnie chronionych** będących przedmiotem zainteresowania turystów należą: park narodowy (stanowiący na badanym obszarze także rezerwat biosfery), rezerваты przyrody, parki krajobrazowe, obszary chronionego krajobrazu oraz pomniki przyrody. Wymienione formy ochrony środowiska przyrodniczego zostały zdefiniowane w ustawie o ochronie przyrody z dnia 16 X 1991 r. (DzU nr 114 [poz. 492]; późniejsze zmiany: DzU z 1992 r. nr 54 [poz. 254]; DzU z 1994 r. nr 89 [poz. 415]; DzU z 1995 r. nr 147 [poz. 713]; DzU z 1996 r. nr 91 [poz. 409]; DzU z 1997 r. nr 14 [poz. 72], nr 43 [poz.

272], nr 54 [poz. 349], nr 133 [poz. 885]; DzU z 1998 r. nr 106 [poz. 998]; DzU z 2001 r. nr 3 [poz. 21]): park narodowy (Art. 14.1), park krajobrazowy (Art. 24.1), obszar chronionego krajobrazu (Art. 26.1), rezerwat przyrody (Art. 23.1) oraz pomnik przyrody (Art. 28).

Do terenów objętych ochroną prawną określoną innymi ustawami należą uzdrowiska oraz lasy o funkcji ochronnej. Miejscowość uznana jest za uzdrowisko w trybie określonym ustawą o uzdrowiskach z dnia 22 III 1922 r. (DzU RP nr 31 z 1922 r.) oraz ustawą o uzdrowiskach w lecznictwie uzdrowiskowym z dnia 17 VI 1966 r. (DzU nr 21, poz. 150). Natomiast wśród lasów ochronnych szczególne znaczenie dla rekreacji mają lasy położone w granicach administracyjnych miast i w odległości do 10 km od granic administracyjnych miast liczących ponad 50 tys. mieszkańców oraz lasy uzdrowiskowe i w strefach ochronnych wokół sanatoriów, ustanowione w oparciu o Rozporządzenie Ministra Ochrony Środowiska, Zasobów Naturalnych i Leśnictwa z dnia 25 VIII 1992 r. w sprawie szczegółowych zasad i trybu uznawania lasów za ochronne oraz szczegółowych zasad prowadzenia w nich gospodarki leśnej (DzU nr 67, poz. 337).

Istotny z punktu widzenia możliwości rozwoju funkcji turystycznej na obszarach cennych przyrodniczo objętych ochroną prawną jest problem barier ograniczających ten rozwój, wynikających z priorytetu funkcji ochronnej. Dostępność wymienionych form ochrony środowiska przyrodniczego dla potrzeb turystyki została omówiona m.in. przez takich autorów, jak: Czemerda, Kucharski (1979), Ptaszycka-Jackowska (1982), Dombrowicz (1986), Jagusiewicz (1986), Ptaszycka-Jackowska, Baranowska-Janota (1987), Radecki (1990) oraz Zaręba (2000).

Wymienione formy ochrony przyrody, udostępniane turystom w stopniu określonym przez akty prawne i zarządy tych jednostek, są ważnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność turystyczną miasta. Ponieważ ich powierzchnia jest uwzględniana w „obszarach zielonych”, za jednostkę miary tej atrakcyjności zostanie przyjęty fakt istnienia bądź nieistnienia tych obszarów w granicach administracyjnych miasta, a w przypadku pomników przyrody ich liczba w mieście.

Uzdrowiska zostaną szczegółowo rozpatrzone w kategorii „usługi medyczne” jako „placówki lecznictwa uzdrowiskowego”. Natomiast ze względu na fakt, iż lasy we wszystkich miastach pełnią funkcje ochronne, a powierzchnie leśne zostały ujęte już wcześniej w „miejskich obszarach rekreacyjnych”, nie jest celowe oddzielne omawianie lasów o funkcji ochronnej w dalszej analizie. Wykaz kryteriów oceny tej kategorii badawczej PTM zamieszczono w tabeli 13.

### **Stan środowiska przyrodniczego**

Dane dotyczące kondycji środowiska przyrodniczego są jednym z czynników umożliwiających weryfikację jego oceny dla potrzeb turystyki. Szczególnie istotne są informacje o jakości komponentów środowiska przyrodniczego bezpośrednio oddziałujących na organizm ludzki (tj. powietrza atmosferycznego i wód powierzchniowych) oraz stopniu zanieczyszczenia opadów atmosferycznych. Czynniki te wpływają również na stan zieleni, a w konsekwencji na estetykę środowiska rekreacyjnego. Istotne jest także natężenie dźwięków, które wprawdzie nie jest zaliczane do czynników środowiska przyrodniczego, ale ze względu na jego biologicz-



ne oddziaływanie i znaczenie dla komfortu wypoczynku (szczególnie w miastach) powinno zostać ujęte w analizie potencjału turystycznego.

**Zanieczyszczenia powietrza** „dostają się do organizmu człowieka przez układ oddechowy i pokarmowy oraz przez skórę i gałkę oczną. Najłatwiej wnikają do niego zanieczyszczenia gazowe, natomiast pyły, zależnie od średnicy zatrzymywane są w górnych drogach oddechowych bądź też przedostają się do pęcherzyków płucnych” (Kozłowska- Szczęśna, Błażejczyk, Krawczyk 1997). Wpływ zanieczyszczeń powietrza na zdrowie i wybrane elementy środowiska rekreacyjnego został przedstawiony m.in. w opracowaniu Krzymowskiej-Kostrowickiej (1997).

Dopuszczalne normy stężenia zanieczyszczeń w powietrzu atmosferycznym określono w rozporządzeniu MOŚZNiL z dnia 12 II 1992 r. (DzU z dnia 14 III 1990 r., poz. 92). Oddzielne normy ustalono dla obszarów specjalnie chronionych, które obejmują tereny uzdrowisk, ochrony uzdrowiskowej parków narodowych, rezerwatów przyrody oraz parków krajobrazowych. Z badanych miast do obszarów specjalnie chronionych zaliczają się: Jelenia Góra, Kowary i Świeradów Zdrój (*Raport o stanie środowiska...* 1996, 1997). Są to obszary uzdrowiskowe bądź ochrony uzdrowiskowej. Dopuszczalne stężenia oraz dopuszczalny opad wybranych zanieczyszczeń w powietrzu atmosferycznym przedstawiono w tabelach 5 i 6.

Analiza raportów o stanie środowiska w województwie jeleniogórskim za okres 1991–97 wykazała, iż dane dotyczące wszystkich miast są dostępne jedynie za rok 1991 i dotyczą takich rodzajów zanieczyszczeń, jak: dwutlenek siarki, dwutlenek

Tabela 5. Dopuszczalne stężenia wybranych zanieczyszczeń powietrza ( $\mu\text{g} \cdot \text{m}^{-3}$ )

Rodzaj zanieczyszczeń	Obszary specjalnie chronione		Obszary inne	
	D <sub>24</sub>	D <sub>a</sub>	D <sub>24</sub>	D <sub>a</sub>
Dwutlenek azotu	50,0	30,0	150,0	50,0
Kadm	0,2	0,001	0,22	0,01
Ołów	0,5	0,1	1,0	0,2
Ozon	20,0	–	30,0	–
Pył zawieszony*	60,0	40,0	120,0	50,0
Dwutlenek siarki	75,0	11,0	200,0	32,0
Tlenek węgla	500,0	61,0	1000,0	120,0

D<sub>24</sub> – dobową wartość dopuszczalną, D<sub>a</sub> – roczną wartość dopuszczalną, \*pył o średnicy ziaren < 10  $\mu\text{m}$

Źródło: DzU nr 15 z dnia 14 III 1990 r.

Tabela 6. Dopuszczalny opad wybranych zanieczyszczeń

Rodzaj zanieczyszczenia	Obszary specjalnie chronione	Obszary inne
Kadm	10 mg/m <sup>2</sup> /rok	10 mg/m <sup>2</sup> /rok
Ołów	100 mg/m <sup>2</sup> /rok	100 mg/m <sup>2</sup> /rok
Pył ogółem	40 g/m <sup>2</sup> /rok	200 g/m <sup>2</sup> /rok

Źródło: DzU nr 15 z dnia 14 III 1990 r.

azotu oraz pył (opad pyłu). Stąd też przyjęto je (według jednostek stosowanych w raportach) jako kryteria oceny jakości środowiska przyrodniczego, zdając sobie jednocześnie sprawę z niepełnego ujęcia danych dotyczących jakości powietrza atmosferycznego.

Zanieczyszczenie powietrza i będące jego konsekwencją **zanieczyszczenie opadów atmosferycznych** (deszczu, śniegu, mżawki, mgieł) w sposób bezpośredni oddziałują na kondycję zdrowotną zieleni. W Sudetach Zachodnich szczególnie problem stanowią kwaśne opady atmosferyczne ( $\text{pH} < 6$ ), które przyczyniły się do masowego wymierania lasów. Dostępne dane na temat zanieczyszczenia opadów atmosferycznych (porównywalne dla wszystkich badanych miast) dotyczą kwasu siarkowego. Stąd jedynie ten rodzaj zanieczyszczenia zostanie uwzględniony w dalszej analizie. Wody powierzchniowe w badanych miastach nie są wykorzystywane do celów rekreacyjnych (kąpieli, uprawiania sportów wodnych), więc informacje o ich jakości nie będą uwzględniane.

**Zanieczyszczenie hałasem.** Skutki oddziaływania dźwięków na organizm człowieka oraz dopuszczalne natężenie hałasu w środowisku przedstawiono w tabelach 7 i 8.

Według *Raportu o stanie środowiska w woj. jeleniogórskim w 1996 r.* i instrukcji Państwowego Zakładu Higieny (za Kozłowska-Szczęsna, Błażejczyk, Krawczyk 1997) tereny, na których hałas drogowy:

- nie przekracza 60 dB – stanowią obszar komfortu akustycznego (hałas umiarkowany, poniżej dopuszczalnych granic określonych normami);
- mieści się w przedziale 60–70 dB – stanowią obszar uciążliwości hałasu drogowego (hałas znośny);
- przekracza 70 dB – stanowią obszar szczególnej uciążliwości hałasu drogowego (do 85 dB – hałas dokuczliwy, powyżej 85 dB – hałas nie do zniesienia).

Tabela 7. Oddziaływanie hałasu na organizm człowieka

Klasa szkodliwości	Zakres natężenia hałasu w dB	Wpływ hałasu na organizm człowieka
I	poniżej 35	nieszkodliwy, ale przy dłuższej ekspozycji może być denerwujący
II	36–70	wywołuje zmęczenie układów: autonomicznego i centralnego nerwowego oraz obniżenie czułości wzroku
III	71–85	przy stałej ekspozycji jest przyczyną osłabienia słuchu (głuchoty)
IV	86–130	powoduje zaburzenia układów: krążenia (nadciśnienie, choroba wieńcowa) i pokarmowego (zmiany nieżytowe, choroba wrzodowa żołądka i dwunastnicy) oraz zachwiania równowagi; nieodwracalne ubytki słuchu i zmiany nerwicowe
V	powyżej 130	przekroczony próg bólu fizycznego
VI	powyżej 160	paraliżuje działanie organizmu: po 10 min ekspozycji powoduje liczne zmiany fizjologiczne i zaburzenia czynności mózgu

Źródło: Dubaniewicz i in. 1988, za Kozłowska-Szczęsna, Błażejczyk, Krawczyk 1997



Tabela 8. Dopuszczalne natężenie hałasu w środowisku w dB

Rodzaj terenu	poziom dźwięku		max krótkotrwały poziom dźwięku
	w godz. 6.00–22.00	w godz. 22.00–6.00	
obszary ochrony uzdrowiskowej, obszary chronionego krajobrazu, parki krajobrazowe, obszary o walorach wypoczynkowych i krajoznawczych, obszary dzielnic i obiektów zabytkowych	40	30	65
tereny otaczające sanatoria i szpitale, podmiejskie osiedla mieszkaniowe, podmiejskie tereny wypoczynkowe	45	35	70
tereny zabudowy mieszkaniowej w pobliżu ulic o natężeniu ruchu do 1000 pojazdów na godz. oraz tereny zajmowane przez zakłady opieki społecznej, placówki naukowe i szkoły	50	40	75
tereny zabudowy mieszkaniowej w pobliżu ulic o natężeniu ruchu do 2000 pojazdów na godz., parki w miastach, ogródki działkowe, tereny rekreacyjno-sportowe	55	45	80
centralne części miast z zabudową mieszaną (mieszkaniową, handlową, usługową, biurową itp.)	60	50	85

Źródło: DzU nr 24 z dnia 30 IX 1980 r.

W analizie porównawczej zostanie uwzględniony stopień ekspozycji na hałas drogowy szczególnie uciążliwy w skali miasta (wyrażony odsetkiem mieszkańców budynków wyeksponowanych na hałas przekraczający 70 dB). Kryteria oceny tej kategorii badawczej PTM przedstawiono w tabeli 14.

### Dostępność komunikacyjna miasta

O dostępności komunikacyjnej badanych miast decyduje sieć dróg kołowych oraz liczba połączeń autobusowych i kolejowych. Wśród dróg kołowych szczególne znaczenie mają drogi główne o randze międzynarodowej, umożliwiające szybkie dotarcie zmotoryzowanych turystów krajowych i zagranicznych do miejsca wypoczynku. Na atrakcyjność turystyczną badanych miast wpływa również bliskość przejść granicznych, pełniących funkcję rozrządową ruchu turystycznego. Bliskość ta decyduje nie tylko o łatwej dostępności danego miasta dla turystów zagranicznych, ale także ma wpływ na postrzeganie jego atrakcyjności przez turystów krajowych, mogących traktować je jako „bazę wypadową” dla wycieczek zagranicznych (tab. 15).

### Komunikacja wewnątrz miasta

Podstawowym elementem w infrastrukturze technicznej miasta umożliwiającym przemieszczanie się w jego obrębie jest sieć dróg kołowych (gęstość dróg różnej rangi), a także sieć linii MPK (w przypadku badanych miast jest to sieć linii autobusowych). Istotne dla turystów zmotoryzowanych są także parkingi. W analizie uwzględnione zostaną jedynie możliwe do identyfikacji parkingi płatne i strzeżone, ponieważ liczba pozostałych parkingów nie jest możliwa do

ustalenia. Kolejne kryterium stanowi oferta TAXI, czyli liczebność taksówek w mieście (tab. 16).

### **Obiekty noclegowe turystyki**

Istotnym dla turystycznej przydatności miasta czynnikiem determinującym jego pojemność turystyczną jest pojemność bazy noclegowej. Stąd też za kryterium oceny tej kategorii badawczej uznano pojemność wszystkich rodzajów obiektów noclegowych tworzących łącznie całkowitą bazę noclegową miasta. Podział bazy noclegowej na poszczególne rodzaje obiektów przyjęto zgodnie z klasyfikacją stosowaną w sprawozdaniach K-T1, zawierających informacje na temat bazy noclegowej całorocznej i sezonowej za okres od 1 X do 30 IX roku badanego. Definicje poszczególnych rodzajów obiektów noclegowych zawierają opracowania statystyczne, m.in. *Baza turystyczno-wypoczynkowa w woj. jeleniogórskim w latach 1994–1996* oraz *Turystyka w 1994 r. Informacje i opracowania statystyczne* (tab. 17)

### **Lokale gastronomiczne**

Podstawowym kryterium oceny tej kategorii powinna być pojemność bazy gastronomicznej (tj. liczba miejsc konsumpcyjnych). Jednak podaż usług gastronomicznych wykazuje dużą elastyczność w zakresie dopasowywania liczby miejsc konsumpcyjnych do potrzeb rynku, co sprawia, iż bardzo trudno określić rzeczywistą liczbę miejsc konsumpcyjnych w danym mieście. Stąd w ocenie tej kategorii badawczej zostanie uwzględniona jedynie liczba funkcjonujących różnych rodzajów obiektów gastronomicznych. Z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej bazy gastronomicznej istotne wydaje się wyłonienie wśród zakładów gastronomicznych tych, które posiadają wyjątkową, osobliwą ofertę, np. specjalizują się w określonym rodzaju kuchni lub też oprócz potraw oferują rozrywki kulturalne typu muzyka na żywo, galeria itp. (tab. 18).

### **Infrastruktura konferencyjna**

W badanych miastach sale konferencyjne występują jedynie w hotelach. Więcej informacji na temat możliwości organizowania konferencji, kongresów i sympozjów dostarczą dane dotyczące pojemności sal konferencyjnych (łącznej liczby miejsc) niż ich liczby. Stąd pojemność ta zostanie przyjęta jako kryterium oceny tej kategorii badawczej (tab. 19).

### **Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne**

Elementy infrastruktury zaliczane do tej grupy mają na celu: (1) ułatwienie lub wręcz umożliwienie turystom korzystanie z walorów turystycznych (głównie przyrodniczych); (2) umożliwienie czynnego uprawiania sportu oraz biernego uczestnictwa w imprezach sportowo-turystycznych.

Za kryterium oceny tej kategorii przyjęto istniejące w badanych miastach rodzaje obiektów sportowo-rekreacyjnych oraz linearnych systemów rekreacyjnych udostępniających walory turystyczne. Pominięto natomiast punkty widokowe, a to ze względu na ich niepoliczalność. Szczególną uwagę zwrócono na urządzenia służące

do uprawiania sportów zimowych, których rodzaj i liczba decydują o atrakcyjności turystycznej miasta w sezonie zimowym. Za jednostkę miary dla obiektów przyjęto ich liczbę, natomiast dla linearnych elementów zagospodarowania rekreacyjnego (m.in. tory saneczkowe, nartostrady i towarzyszące im wyciągi narciarskie, wyciągi krzesełkowe, pieszce i rowerowe szlaki turystyczne, które zimą pełnią także funkcję tras do uprawiania narciarstwa biegowego) gęstość w skali miasta. Ponadto uwzględniono ścieżki zdrowia i ścieżki dydaktyczne, jednak ze względu na brak dokładnych danych o ich długości za jednostkę miary przyjęto w ich przypadku fakt ich istnienia bądź nieistnienia (tab. 20).

### **Wypożyczalnia sprzętu sportowo-rekreacyjnego**

Jako kryterium przyjęto funkcjonowanie wypożyczalni sprzętu sportowego umożliwiającego uprawianie górskiej turystyki kwalifikowanej, tj. rowerów górskich oraz sprzętu do uprawiania sportów zimowych i wspinaczki skałkowej (tab. 21).

### **Usługi rozrywkowe**

Dobór kryteriów oceny dla sektora rozrywkowego związanego z życiem nocnym miasta był ograniczony dostępnością danych na ten temat. Możliwe do użycia materiały dotyczyły liczby dyskotek i innych lokali tanecznych oraz kasyn i salonów gier (tab. 22).

### **Usługi handlowe**

O atrakcyjności tej kategorii dla potencjalnego turysty decyduje gęstość sieci, zróżnicowanie oferty oraz czas pracy placówek handlowych. Za kryterium oceny uzasadnione byłoby przyjęcie oprócz ogólnej liczby sklepów w danym mieście także sklepów specjalistycznych, domów towarowych oraz stref handlowych typu pasaże i deptaki. Niestety, z powodu braku dokładnych danych w ewidencji REGON dotyczących specyfiki placówek handlowych oraz czasu ich pracy, wśród kryteriów oceny tej kategorii badawczej uwzględniono jedynie rejestrowane w opracowaniach statystycznych sklepy (ogółem), stacje benzynowe, targowiska, stałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej oraz strefy handlowe (deptaki) możliwe do zlokalizowania przy zastosowaniu metody kartowania terenu oraz wywiadu z mieszkańcami miast (tab. 23).

### **Usługi medyczne**

Oceniając możliwości świadczenia pomocy w zakresie ochrony zdrowia i życia osoby odwiedzającej dane miasto, uwzględniono zarówno personel medyczny (lekarzy i dentystów), jak i infrastrukturę medyczną (szpitale, ośrodki zdrowia i apteki). Pominęto natomiast prywatne gabinety lekarskie czy stomatologiczne ze względu na brak wiarygodnych danych o ich liczbie. Możliwość obsługi turystyki uzdrowiskowej, popularnej w kilku spośród badanych miast, determinowana jest występowaniem placówek lecznictwa uzdrowiskowego. W analizie zostanie uwzględniona łączna pojemność różnych rodzajów zakładów przyrodolecznicznych występujących w badanych miastach (tab. 24).

## Usługi bankowe

Ten rodzaj usług nabiera coraz większego znaczenia w warunkach stale rozwijającego się ruchu turystycznego. Usługi bankowe ułatwiają podróżowanie. Czeki, karty płatnicze oraz różne dokumenty podróżnicze umożliwiające obrót bezgotówkowy przyczyniają się do wzrostu komfortu i bezpieczeństwa podróży. Jako kryterium oceny przyjęto banki, ponieważ inne punkty usług bankowych (np. bankomaty) w badanych miastach w momencie gromadzenia danych (1998) nie funkcjonowały (tab. 25).

## Infrastruktura komunalna

Przy wyborze kryteriów oceny dla tej kategorii badawczej oparto się na pracy Gaworeckiego (1997, 2000). Autor ten wymienia takie składowe infrastruktury technicznej miasta warunkujące jego pojemność turystyczną, jak: sieć wodno-kanalizacyjna, sieć gazowa, oczyszczalnie ścieków oraz urządzenia pocztowo-telekomunikacyjne, a także sieć dróg i transport lokalny (czynniki te w ocenie tej kategorii będą jednak pominięte, ponieważ zostały uwzględnione już wcześniej w kategoriach: „dostępność komunikacyjna” i „komunikacja wewnątrz miasta”). Wśród urządzeń telekomunikacyjnych pominięto informacje o telefonii komórkowej, ponieważ możliwość tego typu połączeń istnieje we wszystkich miastach (tab. 26).

## Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne

Za kryteria oceny przyjęto różne rodzaje obiektów zabytkowych, instytucji i osobliwości kulturalnych. Klasyfikacji zabytków dokonano w oparciu o analizę wielu prac dotyczących walorów kulturowych badanych miast (m.in. *Zabytki i muzea województwa jeleniogórskiego* 1992, *Przewodnik po cenniejszych zabytkach województwa jeleniogórskiego* 1997, *Rejestr zabytków województwa jeleniogórskiego* 1998). Spośród instytucji kulturalnych wyłoniono te, które mogą stanowić przedmiot zainteresowania turysty (tj. muzea, biblioteki, archiwa i galerie). W oparciu o wypowiedzi turystów, wywiady w biurach „IT” oraz własne spostrzeżenia wyróżniono osobliwości kulturalne – niezwykle, oryginalne atrakcje turystyczne. Należą do nich wybrane promenady, fontanny oraz mosty (tab. 27).

## Imprezy kulturalne i sportowe

Wyboru kryteriów dokonano, bazując na opracowaniu Bellinger (1994), która w ocenie życia kulturalnego w mieście uwzględniła sferę związaną z teatrem, literaturą, filmem oraz muzyką. Oceniając „życie sportowe”, wzięto pod uwagę dwa kryteria: imprezy sportowe o randze ponadregionalnej (stanowiące częstą atrakcję turystyczną dla amatorów sportów) oraz pozostałe imprezy (o charakterze regionalnym i lokalnym). Zarówno w przypadku imprez kulturalnych, jak i sportowych, dążąc do przedstawienia jak najbardziej obiektywnej oferty potencjału turystycznego miast, ze względu na dużą zmienność liczby imprez w skali roku brano pod uwagę jedynie imprezy cykliczne (tab. 28).

## Budżet miasta

„Wielkość, a także struktura dochodów gmin mają poważne znaczenie dla kształtu polityki i gospodarki lokalnej. Wskazują one na możliwe źródła dochodów, racjonalność i sprawność ich pozyskiwania, a także na zakres samodzielności władz lokalnych” (*Stan gmin woj. jeleniogórskiego* 1997). Oceniając znaczenie tej kategorii badawczej w potencjale turystycznym miasta, należałoby uwzględnić zarówno dochody, jakie gmina czerpie z rozwoju funkcji turystycznej, jak i wydatki na rozwój tego sektora gospodarki. Oczywiście jest, że im większe wpływy w budżecie gminy z działalności turystycznej, tym większe znaczenie tej funkcji w gospodarce lokalnej i większe zaangażowanie ludności miejscowej w rozwój funkcji turystycznej. Jednak w żadnej z badanych gmin miejskich nie uzyskano odpowiedzi na pytanie: jakie są dochody z turystyki? W jednej z gmin (Kowary) otrzymano ogólną odpowiedź, iż „nakłady na turystykę przekraczają uzyskane dochody”. Wobec braku danych musiano zrezygnować z kryterium oceny, jakie mógł stanowić udział dochodów z turystyki w budżecie gminy. Uwzględniono jedynie „zasobność” miasta, przyjmując za miernik dyspozycyjności finansowej gmin sumę dochodów przypadających na jednego mieszkańca (nie wzięto pod uwagę bezwzględnych wysokości dochodów budżetowych w gminach, które wprawdzie obrazują ich środki finansowe, ale nie dają możliwości porównań międzygminnych). Podobnie w przypadku wydatków na rozwój funkcji turystycznej, mając na względzie porównywalność danych, za kryterium oceny przyjęto udział wydatków na tę funkcję w ogólnej sumie wydatków danej gminy (tab. 29).

## Obsługa ruchu turystycznego

Za kryterium oceny przyjęto personel obsługujący ruch turystyczny w danym mieście, tj. osoby zatrudnione w branży nastawionej głównie na obsługę turystów. Z uwagi na brak informacji na temat zatrudnienia w pozostałych obiektach, dane dotyczące zatrudnionych w bazie noclegowej i gastronomicznej odnoszą się jedynie do hoteli i restauracji. Uwzględniono przy tym pracujących w biurach podróży, biurach „IT” i Ośrodkach Sportu i Rekreacji, a także pilotów wycieczek, przewodników oraz pracowników społecznych (tab. 30).

## Gościnność mieszkańców

Kryterium oceny tej kategorii badawczej stanowią opinie turystów dotyczące gościnności ludności miejscowej. Turyści ocenili stopień gościnności mieszkańców odwiedzanego miasta w skali pięciostopniowej: bardzo wysoki – 5 pkt, wysoki – 4 pkt, średni – 3 pkt, niski – 2 pkt, bardzo niski – 1 pkt. W analizie zostaną uwzględnione opinie pozytywne i negatywne, wyrażające bardzo wysoki, wysoki, niski i bardzo niski stopień zadowolenia z gościnności ludności miejscowej (tab. 31).

## Poczucie bezpieczeństwa

Analogicznie jak w przypadku oceny gościnności ludności miejscowej, za kryterium oceny przyjęto opinie turystów na temat poczucia bezpieczeństwa w odwiedzonym mieście. Zastosowano również taką samą jednostkę miary (tab. 32).

## Informacja turystyczna

System informacji turystycznej tworzą zarówno biura „IT”, jak i wszelkiego rodzaju oznaczenia i wiadomości zamieszczane w terenie (np. tablice informacyjne, znaki, symbole, drogowskazy), ułatwiające orientację przestrzenną oraz przybliżające ofertę turystyczną miasta. W analizie należałoby ująć wszystkie spośród elementów składowych informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie badanych miast. Jednak z powodu braku dokładnych danych na temat liczby tablic, drogowskazów i oznaczeń symbolicznych przygotowanych z myślą o turystach (metoda kartowania w terenie z powodu „mnogości” oznaczeń także nie daje zadowalających rezultatów) zrezygnowano z ich ilościowego ujęcia. Za kryterium oceny przyjęto biura informacji turystycznej oraz dostępność informacji na temat oferty turystycznej danego miasta w Internecie (tab. 33).

## Działania marketingowe

Marketing jest procesem zarządzania zmierzającym do identyfikacji i antycypacji potrzeb konsumenta, aby zaspokoić je wydajnie i zyskownie (*Travel and Tourism* 1989). Natomiast według Carmana i Uhla „marketing jest procesem społeczno-gospodarczym mającym na celu poznanie przyszłej struktury popytu na produkty lub usługi oraz zaspokajanie go poprzez kreowanie podaży, przekazywanie informacji nabywcom, dostarczanie wytworzonych dóbr w odpowiednim miejscu i czasie, a także ich zrealizowanie” (za Kramer 1983). Na podstawie przytoczonych definicji można wyróżnić dwie wzajemnie powiązane interpretacje marketingu (Altkorn 1998):

1. Marketing jest postrzegany jako filozofia współczesnego biznesu, czy „sposobu myślenia” przedsiębiorstwa, którego działalność musi być nastawiona na zaspokojenie potrzeb nabywcy. Istotną staje się więc znajomość przyczyn, pod wpływem których kształtują się potrzeby konsumenckie, wielkości i struktury popytu oraz podaży, jak też wiedza o motywach postępowania konsumenta, jako narzędzia kreowania nowych rynków. Kategorycznym imperatywem filozofii marketingu jest więc orientacja na potrzeby klienta.
2. W znaczeniu instrumentalnym marketing jest pojmowany jako zbiór metod i technik działania, które umożliwiają zbadanie potrzeb i popytu konsumenta oraz jego szczegółowych preferencji, wykształcenia potrzeb wcześniej nie ujawnianych, skuteczne zachęcanie do zakupów określonych dóbr i usług oraz ich sprzedaży we właściwym miejscu i czasie ku zadowoleniu kupującego.

Zakładając, że klienci mają możliwość wyboru między różnymi produktami, co zwykle ma miejsce na rynku turystycznym, widać wyraźnie, że producenci mają silną motywację do oddziaływania na potencjalnych klientów, aby wybrali raczej ich produkty niż oferowane przez konkurencję (Middleton 1996).

W działaniach marketingowych wyróżnia się zazwyczaj cztery elementy – tzw. cztery „P”: produkt (ang. *product*), cenę (ang. *price*), promocję (ang. *promotion*) oraz miejsce (ang. *place*). Elementem służącym komunikacji marketingowej i zarazem stanowiącym „filtr” informacji na temat oferty turystycznej jest promocja. Do jej narzędzi należą: reklama, sprzedaż osobista, promocja sprzedaży oraz public rela-



tions (Holloway, Robinson 1997). Poprzez zastosowanie różnych narzędzi i nośników przekazu wpływa ona na kreowanie image'u miasta, sposób postrzegania jego oferty turystycznej przez potencjalnych turystów oraz na ich decyzje dotyczące miejsca i sposobu wypoczynku.

Za kryteria oceny tej kategorii przyjęto wagę, jaką przypisują promocji turystycznej w aktywizacji gospodarczej miasta władze gminy, środki finansowe przeznaczone przez gminę na promocję turystyczną miasta, jak również rodzaje promocji finansowane z budżetu gminy. Oceny roli tej promocji w życiu gospodarczym gminy dokonali urzędnicy Wydziału Kultury, Turystyki i Sportu Urzędów Miejskich badanych miast, stosując metodę bonitacji punktowej (max 1 pkt [rola bardzo istotna], min 4 pkt [rola nieistotna]) (tab. 34).

#### 4.2.3. Tworzenie banku danych

Podczas gromadzenia informacji na temat wybranych cech charakteryzujących potencjał turystyczny badanych miast wykorzystano materiały wtórne oraz dane pierwotne (zob. rozdział 1.3). Tworzenie banku danych porównywalnych dla całego zbioru miast było zajęciem trudnym i czasochłonnym, co wynikało przede wszystkim z niedostosowania sprawozdawczości statystycznej do pełnego rozpoznania oferty turystycznej na poziomie gmin. Jak zauważa Rapacz (1998b): „Przy obecnie istniejącym systemie statystyki i jego ułomnościach korzystanie z pozastatystycznych źródeł informacji należy uznać za uzasadnione, a nawet konieczne dla wiarygodności opracowywanych na ich podstawie wyników i strategii rozwoju turystyki”. Do ogólnie dostępnych źródeł danych statystycznych dotyczących gmin należą roczniki statystyczne województwa, nie publikowane materiały dostępne w placówce WUS oraz Bank Danych Lokalnych (BDL) tworzony od 1993 r. w Ośrodku Statystyki Lokalnej w Jeleniej Górze. Zaletą BDL jest gromadzenie informacji na poziomie gmin oraz opracowywanie i przetwarzanie informacji na potrzeby użytkownika. „Zbiory obejmują dane z wielu okresów (ciągłość większości danych od 1990 r.) (...). Podkreślić należy, że dane gromadzone w BDL mimo licznych braków mają ogromne znaczenie dla badań nad możliwością rozwoju turystyki w ujęciu gminnym i stanowią podstawowe źródło informacji w tym zakresie” (Gołębski 1999).

W niniejszej pracy, głównie z powodu ograniczeń finansowych, wykorzystano ogólnodostępne dane BDL ([www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)), publikowane także w wojewódzkich rocznikach statystycznych. Zgromadzony bank danych uzupełniono o informacje pochodzące z innych wydawnictw statystycznych, materiałów archiwalnych i map, a także o informacje uzyskane w oparciu o przeprowadzone ankiety i wywiady kwestionariuszowe.

#### 4.2.4. Skalowanie wyników pomiaru

Po zgromadzeniu banku danych (tj. dokonaniu pomiaru wybranych cech według przyjętych jednostek miar) przystąpiono do skalowania wyników pomiarów. Operacja skalowania ma na celu zapewnienie porównywalności wyników pomiaru oraz umożliwienie przeprowadzenia obliczeń matematycznych. Polega ona



na transformacji według określonego wzoru danych rzeczywistych na wartości punktowe tworzące skalę interwałową. „Konieczność skalowania wynika z faktu, iż tylko przez tego rodzaju standaryzację danych wyniki pomiarów są porównywalne i tym samym możliwe jest dokonanie ich oceny” (Bellinger 1994).

Skala interwałowa pozwala na rangowanie obiektów pod względem stopnia posiadania jakiejś cechy, a także na określenie odległości (różnicy) między badanymi obiektami. Według Białocka (1977), jeśli możliwe jest także niearbitralne określenie punktu zerowego skali, poziom pomiaru jest jeszcze wyższy i skalę nazywamy ilorazową. Na takiej skali można porównywać pomiary, porównując ich stosunek. Można np. stwierdzić, iż jeden pomiar jest dwa razy większy od drugiego. Operacja taka nie jest uprawniona na skalach z arbitralnym zerem. Jednak – jak podaje Białock (1977) – praktycznie we wszystkich przypadkach rozróżnienie między skalą interwałową a ilorazową jest czysto akademickie, gdyż nader trudno jest znaleźć skalę interwałową nie będącą jednocześnie skalą ilorazową. Wynika to z faktu, iż jeśli jest już określona jednostka miary, praktycznie zawsze można sobie wyobrazić punkt zerowy, chociaż nie istnieje ciało o zerowej masie czy zerowej długości. Dlatego „praktycznie we wszystkich przypadkach, **gdy określona jest jednostka skali, uprawnione jest stosowanie wszystkich operacji matematycznych**” (Białock 1977).

Zasadniczym wymogiem już na etapie analizy zbioru danych wyjściowych jest określenie charakteru zmiennych, polegające na wyróżnieniu wśród nich dwóch podzbiorów, z których jeden zawiera stymulanty, natomiast drugi destymulanty (Groch 1991). W celu skalowania wyników pomiar zastosowano wzór (1.1.) dla stymulanty i (1.2.) dla destymulanty. Wyniki skalowania poszczególnych cech kategorii badawczych potencjałów turystycznych badanych miast załączono w aneksie (tab. 13–34).

#### 4.2.5. Wyniki analizy porównawczej potencjałów turystycznych wybranych miast

Wartości wskaźników syntetycznych kategorii badawczych PTM obliczonych dla wybranych miast Sudetów Zachodnich (ryc. 9–31) stanowiły podstawę do określenia przydatności miast dla rozwoju funkcji turystycznej, czyli określenia wartości sumarycznych ich potencjałów turystycznych (ryc. 32).

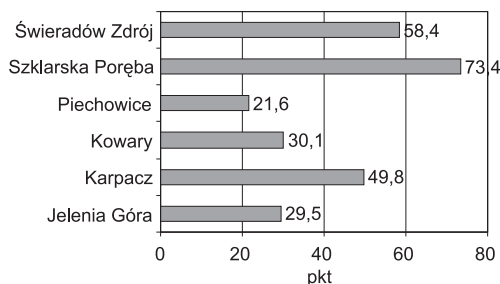
Z przeprowadzonej analizy wynika, iż największym potencjałem turystycznym dysponuje największe spośród badanych miast – Jelenia Góra (70,0 pkt), która posiada najlepsze warunki do recepcji ruchu turystycznego ze względu na (ryc. 31):

- bazę komunikacyjną: dostępność komunikacyjną miasta, możliwość komunikacji na terenie miasta;
- bazę gastronomiczną: liczbę lokali gastronomicznych;
- bazę uzupełniającą: obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, usługi (rozrywkowe, handlowe, medyczne, bankowe), infrastrukturę komunalną;
- walory historyczno-kulturowe: zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne oraz imprezy kulturalne i sportowe.

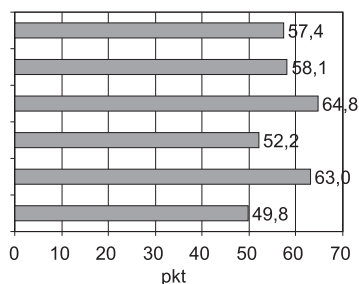
Obecnie jednak Jelenia Góra jest miastem wykazującym najmniejszy stopień specjalizacji w funkcji turystycznej w zestawieniu wszystkich badanych miast. Miasto posiada polifunkcyjny charakter. Turystyka jako jedna z wielu funkcji gospodarczych ma jednak duże perspektywy rozwoju.

Drugą pozycję zajął Karpacz (45,4 pkt), który dysponuje najlepiej rozwiniętą bazą noclegową turystyki, jak również najlepiej rozwiniętą siecią punktów informacji turystycznej. Wyróżnia go także przykładanie dużej wagi przez samorząd terytorialny do działań marketingowych mających na celu promocję i reklamę oferty turystycznej mia-

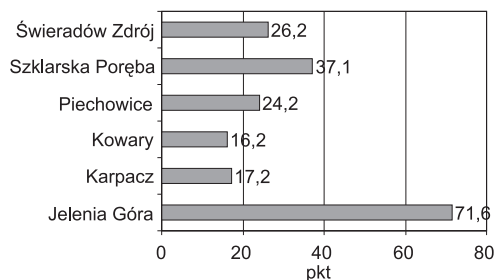
Ryc. 9.



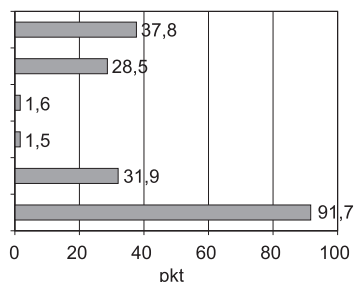
Ryc. 10.



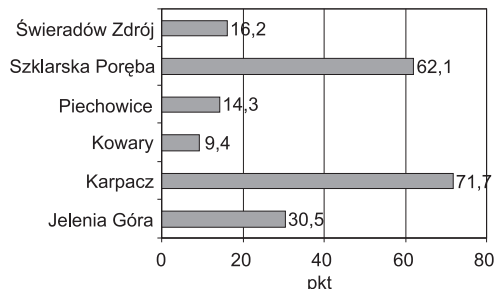
Ryc. 11.



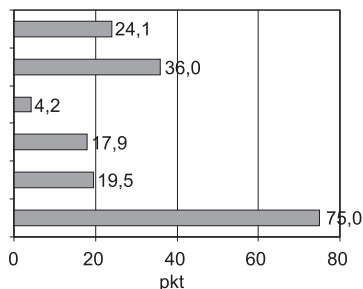
Ryc. 12.



Ryc. 13.



Ryc. 14.

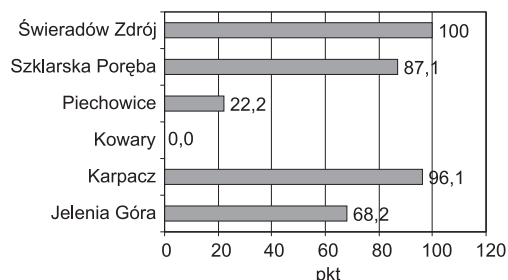


Ryc. 9–14. Wartość wskaźnika syntetycznego (K) kategorii: 9 – walory środowiska przyrodniczego; 10 – stan środowiska przyrodniczego; 11 – dostępność komunikacyjna miasta; 12 – komunikacja wewnątrz miasta; 13 – obiekty noclegowe turystyki; 14 – lokale gastronomiczne.  $K_{\max}=100$  pkt

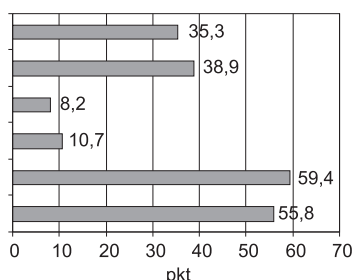
sta. Znamienne jest, iż w żadnej kategorii badawczej Karpacz nie zajął ostatniej pozycji. Miasto posiada też najwyższy stopień specjalizacji w funkcji turystycznej.

Nieco mniejszy (w porównaniu z Karpaczem) potencjał turystyczny posiada Szklarska Poręba (42,7 pkt), którą wyróżnia przede wszystkim bogactwo walorów przyrodniczych. Niestety, władze gminy przeznaczały na rozwój kultury, sztuki i sportu najmniej w porównaniu z pozostałymi miastami odsetek ogółu wydatków budż-

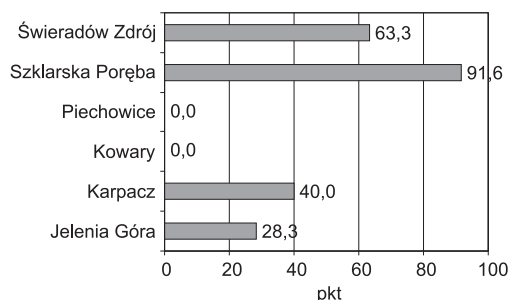
Ryc. 15.



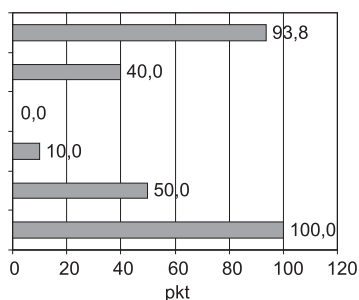
Ryc. 16.



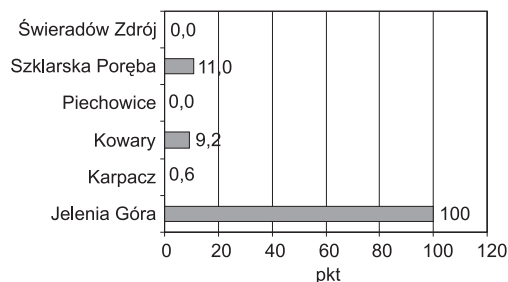
Ryc. 17.



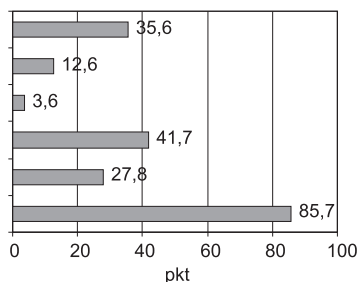
Ryc. 18.



Ryc. 19.



Ryc. 20.

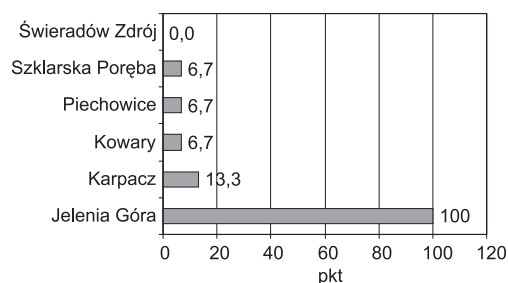


Ryc. 15–20. Wartość wskaźnika syntetycznego (K) kategorii: 15 – infrastruktura konferencyjna; 16 – obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne; 17 – wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego; 18 – usługi rozrywkowe; 19 – usługi handlowe; 20 – usługi medyczne.  $K_{\max} = 100$  pkt

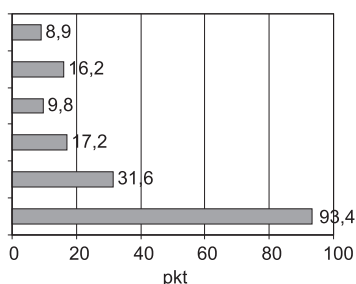
etu gminy. W Szklarskiej Porębie została także najniżej oceniona gościnność ludności miejscowej.

Czwartą pozycję zajął Świeradów Zdrój (41,1 pkt), który wyróżnia najlepiej rozwinięta infrastruktura konferencyjna oraz gościnność mieszkańców (najwyżej oceniona przez turystów na tle wszystkich badanych miast). Ponadto władze gminy przeznaczały na rozwój kultury, sztuki i sportu największy w porównaniu z pozostałymi miastami odsetek ogółu wydatków. Niestety, przebywający w Świeradowie Zdroju turyści ocenili bardzo nisko poczucie bezpieczeństwa. Wykazano także najslabiej rozwiniętą

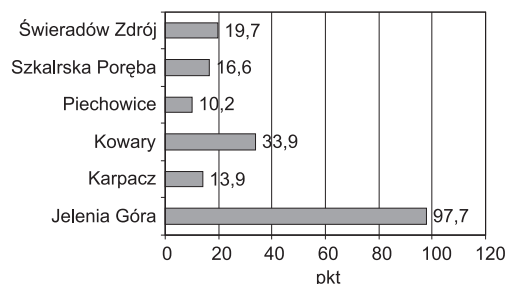
Ryc. 21.



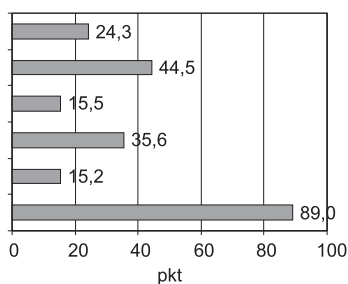
Ryc. 22.



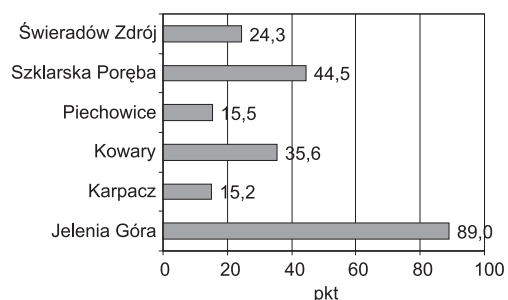
Ryc. 23.



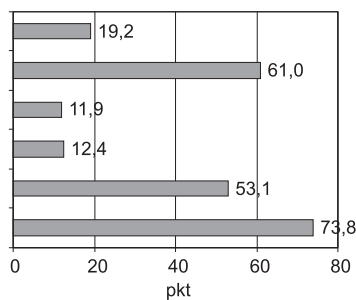
Ryc. 24.



Ryc. 25.



Ryc. 26.



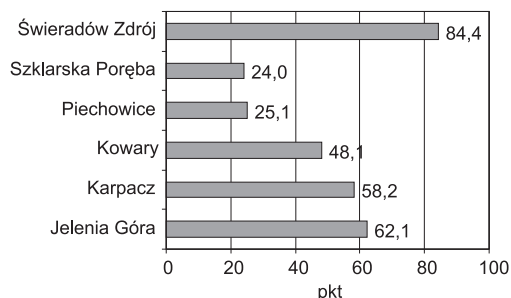
Ryc. 21–26. Wartość wskaźnika syntetycznego (K) kategorii: 21 – usługi bankowe; 22 – infrastruktura komunalna; 23 – zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne; 24 – imprezy kulturalne i sportowe; 25 – budżet miasta; 26 – obsługa ruchu turystycznego.  $K_{\max} = 100$  pkt

infrastrukturę komunalną oraz stosunkowo małą (analogicznie jak w Piechowicach) ofertę usług handlowych.

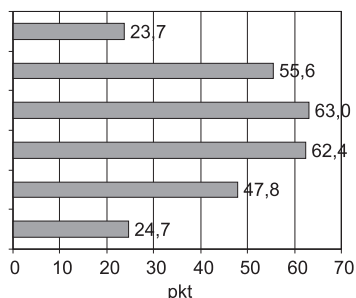
Piąte miejsce (ze znacznie niższą liczbą punktów) zajęły Kowary (23,5 pkt), dla których znamienne są warunki dające gościom przebywającym na terenie miasta wysokie poczucie bezpieczeństwa. Niestety, dysponują one najmniejszymi na tle wszystkich badanych miast predyspozycjami do rozwoju turystyki ze względu na: stan środowiska przyrodniczego, dostępność komunikacyjną, pojemność bazy noclegowej turystyki, pojemność sal konferencyjnych oraz liczbę wypożyczalni sprzętu sportowo-rekreacyjnego (analogicznie jak w Piechowicach). W porównaniu z innymi miastami w Kowarach przykładano najmniejszą wagę do działań marketingowych mających na celu promocję i reklamę oferty turystycznej.

Najmniejszym potencjałem turystycznym (3,5-krotnie niższa liczba punktów niż w przypadku Jeleniej Góry) dysponują Piechowice (19,5 pkt), w których jedynie stan środowiska przyrodniczego jest lepszy niż w pozostałych miastach. Natomiast w takich kategoriach, jak: walory przyrodnicze, lokale gastronomiczne, obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, usługi (rozrywkowe, handlowe, medyczne), zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne, imprezy kulturalne i sportowe oraz obsługa ruchu turystycznego, Piechowice zajęły ostatnią pozycję wśród badanych miast.

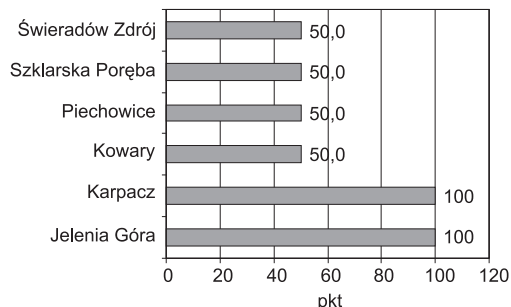
Ryc. 27.



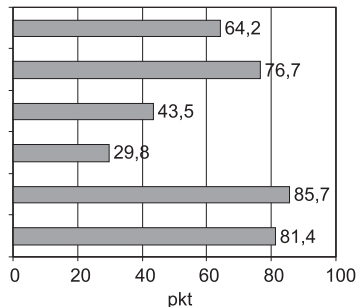
Ryc. 28.



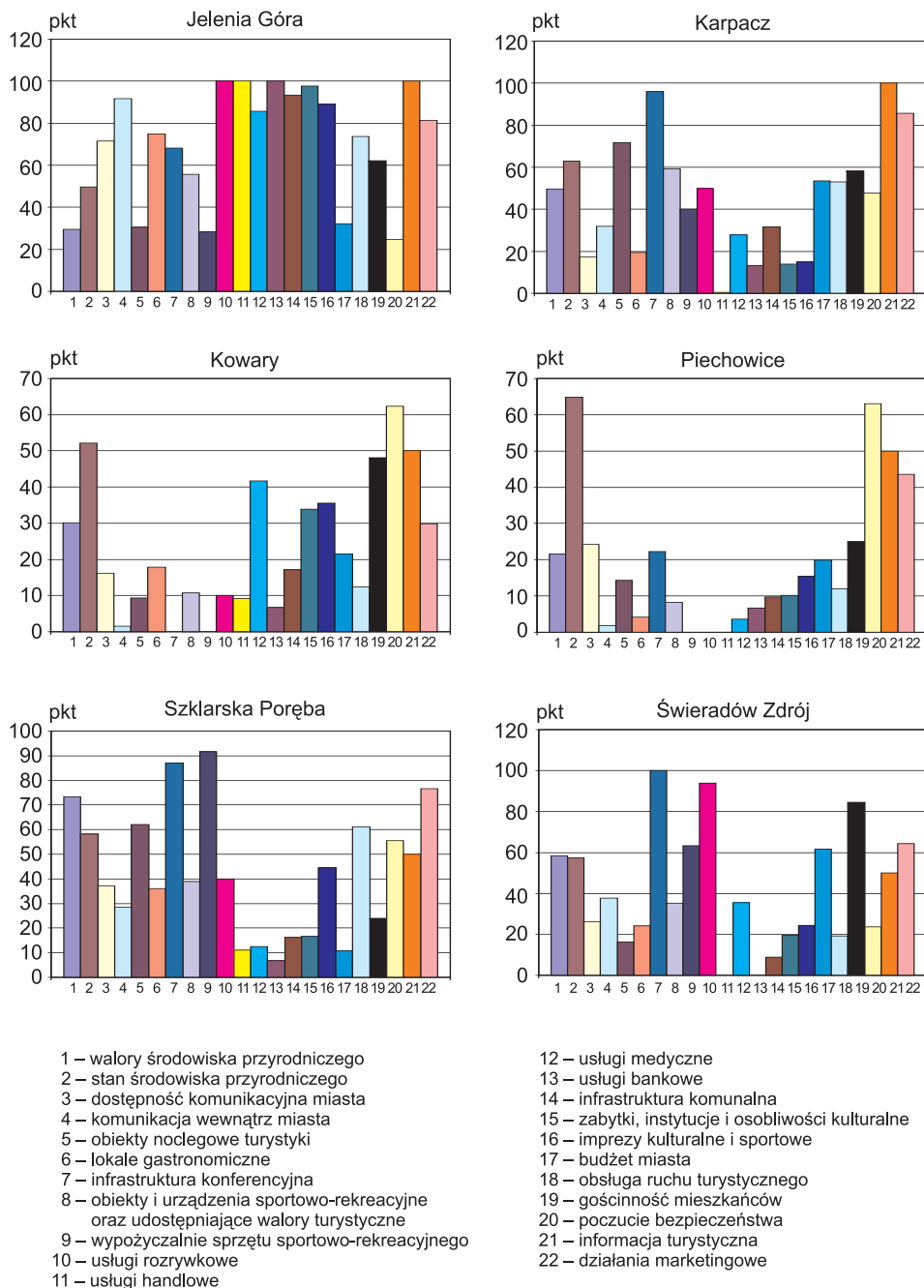
Ryc. 29.



Ryc. 30.

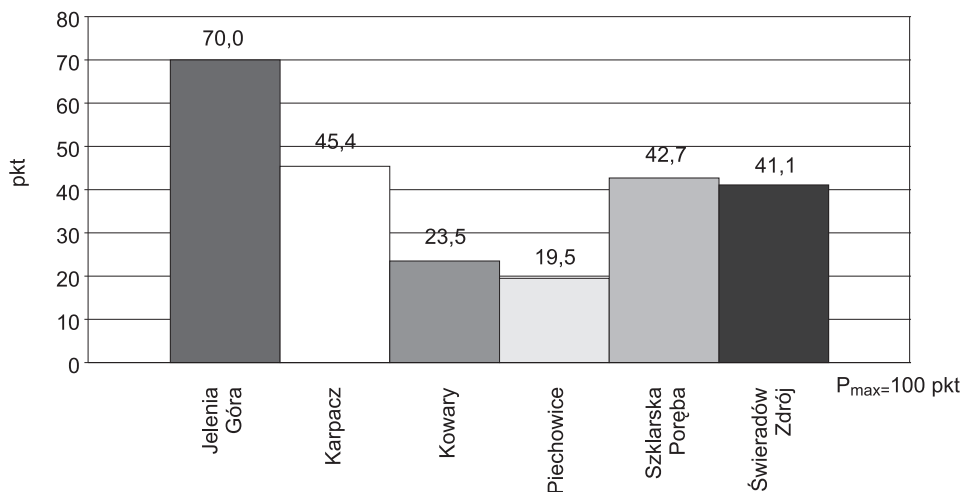


Ryc. 27–30. Wartość wskaźnika syntetycznego (K) kategorii: 27 – gościnność mieszkańców; 28 – poczucie bezpieczeństwa; 29 – informacja turystyczna; 30 – działania marketingowe.  $K_{\max} = 100$  pkt



Ryc. 31. Wartości wskaźników syntetycznych kategorii badawczych potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich

Źródło: opracowanie własne



Ryc. 32. Wartości sumaryczne potencjałów turystycznych (P) badanych miast

#### 4.2.6. Przydatność wybranych miast dla rozwoju różnych form turystyki

Przeprowadzona analiza porównawcza potencjałów turystycznych miast pozwoliła na określenie ogólnej przydatności każdego z nich dla rozwoju funkcji turystycznej. Natomiast próba wykazania w badanych miastach możliwości rozwoju konkretnych form turystyki (scharakteryzowanych w rozdziale 3) wymaga bardziej wnikliwej analizy, ponieważ każda z tych form bazuje na specyficznych dla niej elementach potencjału turystycznego. Stąd też konieczne jest określenie znaczenia (wagi) poszczególnych kategorii badawczych dla rozwoju zidentyfikowanych na badanym terenie form turystyki, a w konsekwencji przydatności danego miasta dla rozwoju określonej formy turystyki.

W celu dokonania pomiaru wagi przydatności elementów tworzących potencjał turystyczny miasta dla potrzeb różnych form turystyki w literaturze przedmiotu proponuje się zastosowanie następujących metod (Bonertz 1981, Bellinger 1994):

- określenie wagi w oparciu o potrzeby turystów reprezentujących daną formę ruchu turystycznego (zidentyfikowane na podstawie ich wypowiedzi);
- arbitralne nadanie wagi przez badacza dokonującego analizy;
- nadanie wagi przy wykorzystaniu metody delfickiej.

Pierwsza metoda wydaje się zasadna i najbardziej obiektywna, jednak ze względów czasowych oraz finansowych zrezygnowano z przeprowadzania dodatkowych badań ankietowych wśród turystów. Wypowiedzi turystów zostaną natomiast wykorzystane w celu dokonania oceny atrakcyjności badanych miast dla rozwoju różnych form turystyki.

Główną zaletą drugiej z wymienionych metod jest jej szybkość i prostota, natomiast wadą – jej subiektywizm. Z tego względu zostanie ona zastosowana jedynie



w odniesieniu do kategorii „poczucie bezpieczeństwa”, ponieważ kategoria ta w wyniku licznych dyskusji została włączona do katalogu kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta po przeprowadzeniu badań metodą delficką.

Metoda delficka (rozdziały 1.3.1 i 4.2.2) jest „metodą pośrednią między badaniami ankietowymi turystów (wymagającymi dużego nakładu kosztów) a własnymi decyzjami badacza. Problem subiektywizmu zostaje przy tym w znacznym stopniu zredukowany” (Bellinger 1994). Pomimo jej czasochłonności, ze względu na niskie koszty oraz większą dozę obiektywizmu w porównaniu z „własnymi decyzjami badacza”, zostanie ona zastosowana w celu określenia wagi, jaką posiadają

Tabela 9. Waga kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta w rozwoju różnych form turystyki

Formy turystyki	Kategorie badawcze potencjału turystycznego miasta																							
	Walory środowiska przyrodniczego	Stan środowiska przyrodniczego	Dostępność komunikacyjna miasta	Komunikacja wewnątrz miasta	Obiekty noclegowe turystyki	Lokale gastronomiczne	Infrastruktura konferencyjna	*Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne	Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego	Usługi rozrywkowe	Usługi handlowe	Usługi medyczne	Usługi bankowe	Infrastruktura komunalna miasta	Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne	Imprezy kulturalne i sportowe	Budżet miasta	Obsługa ruchu turystycznego	Gościnność mieszkańców	Poczucie bezpieczeństwa	Informacja turystyczna	Działania marketingowe		
Alternatywna	3	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3		
Biznesowa	1	1	3	1	3	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3		
Etniczna	2	1	2	1	3	2	0	1	1	1	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3		
Konferencyjna	1	1	3	1	3	3	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3		
Konsumencka (zakupowa)	0	0	2	1	1	2	0	0	0	0	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3		
Krajoznawcza	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3		
Kulturowa	2	1	3	2	2	2	1	0	1	3	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3		
Kwalifikowana	3	3	3	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3		
Sentymentalna	2	2	2	1	2	2	0	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3		
Zdrowotna	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3		

\*obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne

Źródło: opracowanie własne

poszczególne kategorie badawcze potencjału turystycznego miasta dla rozwoju dziesięciu zidentyfikowanych wcześniej rodzajów turystyki. Jako ekspertów wyopowiadających się na ten temat wytypowano 12 osób uczestniczących w kształtowaniu rozwoju funkcji turystycznej na badanym terenie: pracowników administracji państwowej, przedstawiciela Euroregionu Nysa, planistów oraz naukowców. Pytania zadawano w 3 turach, przy czym w każdej następnej turze ekspertów zaznajamiano z uśrednionymi wynikami badań z tury poprzedniej.

W celu dokonania oceny wagi poszczególnych kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta dla danej formy turystyki ekspertom polecono stosowanie czynników wagowych określonych w rozdziale 1.3.1. Uśrednione wyniki badań pochodzące z ostatniej tury przedstawiono w tabeli 9.

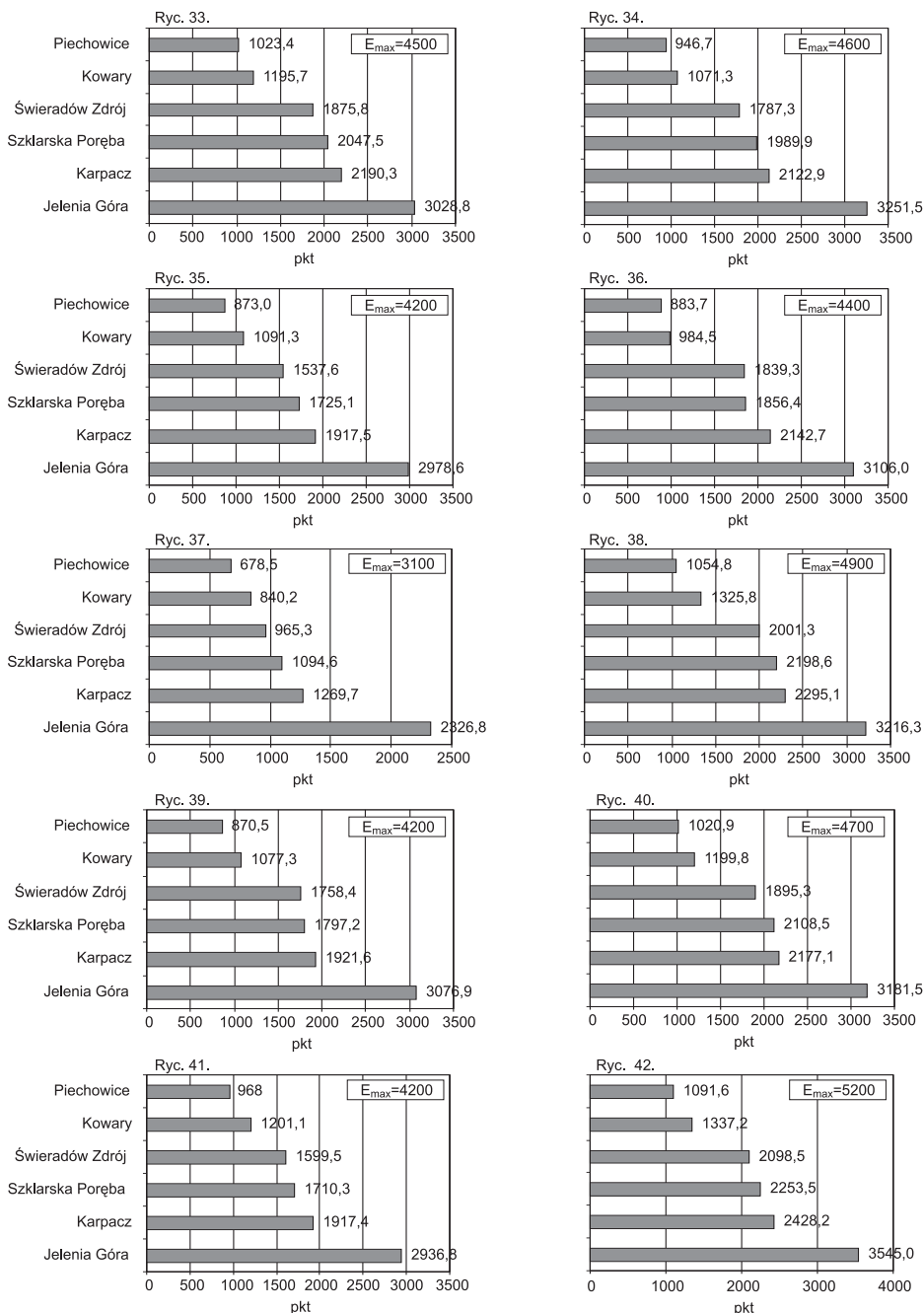
W celu określenia przydatności badanych miast dla rozwoju wymienionych form turystyki zastosowano wzór (1.4).

Przy założeniu, iż dane miasto osiągnęło w każdej kategorii badawczej maksymalną liczbę punktów ( $P_{\max} = 100$  pkt), maksymalna wartości przydatności miasta wynosi:

• dla turystyki alternatywnej	$E_{\max} = 4500$
• dla turystyki biznesowej	$E_{\max} = 4600$
• dla turystyki etnicznej	$E_{\max} = 4200$
• dla turystyki konferencyjnej	$E_{\max} = 4400$
• dla turystyki konsumenckiej (zakupowej)	$E_{\max} = 3100$
• dla turystyki krajoznawczej	$E_{\max} = 4900$
• dla turystyki kulturowej	$E_{\max} = 4200$
• dla turystyki kwalifikowanej	$E_{\max} = 4700$
• dla turystyki sentymentalnej	$E_{\max} = 4200$
• dla turystyki zdrowotnej	$E_{\max} = 5200$

Wyniki badań przeprowadzonych przy zastosowaniu metody delfickiej (ryc. 33–42) pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

- wszystkie z badanych miast są przydatne dla rozwoju wszystkich analizowanych form turystyki;
- każde miasto wykazuje niemal jednakową przydatność dla rozwoju wszystkich rozpatrywanych form turystyki;
- w przypadku każdej z form turystyki największą przydatność dla jej rozwoju wykazują kolejno: Jelenia Góra, Karpacz, Szklarska Poręba, Świeradów Zdrój, Kowary i Piechowice;
- obliczone wartości przydatności miast dla rozwoju różnych form turystyki wykazują analogię do wartości sumarycznych ich potencjałów turystycznych;
- przeprowadzone badania nie umożliwiły wskazania dla poszczególnych miast form turystyki specyficznych wyłącznie dla nich (tj. bezkonkurencyjnych).



Ryc. 33–42. Przydatność miast do rozwoju: 33 – turystyki alternatywnej; 34 – turystyki biznesowej; 35 – turystyki etnicznej; 36 – turystyki konferencyjnej; 37 – turystyki konsumenckiej (zakupowej); 38 – turystyki krajoznawczej; 39 – turystyki kulturowej; 40 – turystyki kwalifikowanej; 41 – turystyki sentymentalnej; 42 – turystyki zdrowotnej

# Rozdział 5

## Ocena integralna potencjałów turystycznych miast

„Ocenianie jest to proces odwzorowania cechy (lub zbioru cech) ocenianego obiektu na określoną pozycję w systemie wartości, przy czym pozycja ta może być wyrażona w układzie dychotomicznym (np. »dobre–złe«), stopniowym lub hierarchicznym” (Kostrowicki 1992). Natomiast integracja według Pszczółkowskiego (1978) oznacza syntezę działań, tworzenie całości najbardziej przydatnej dla danego celu. Autor ten, powołując się m.in. na Kotarbińskiego (1982), zwraca uwagę na fakt, iż w procesie integracji powinno się włączyć do całości wszystkie elementy niezbędne, które równocześnie zapewniają skuteczność działania (za Sołowiej 1992). „Ocena integralna to działanie polegające na tworzeniu całości najbardziej przydatnej dla danego celu. Jest to najbardziej złożony etap oceny – synteza skutecznego działania” (Sołowiej 1999). Przyjmując za Sołowiej (1999), iż na ocenę integralną składają się oceny branżowe, jednak ocena integralna nie jest zwykłą sumą tych ocen, w tej części pracy podjęto próbę zróżnicowania wagi ocen częściowych tego samego przedmiotu, dokonanych z punktu widzenia różnych podmiotów. Przedstawiono metodę postępowania, jak i wyniki oceny integralnej potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich.

### 5.1. Wprowadzenie teoretyczne

Ocena integralna potencjału turystycznego wymaga uwzględnienia zarówno przydatności, jak i atrakcyjności tworzących go elementów dla potrzeb turystyki (ryc. 3). Za „elementy niezbędne” należy więc uznać oceny częściowe tego potencjału dokonane z różnych punktów widzenia: badacza (teoretyka), turystów (odbiorców oferty turystycznej), mieszkańców (rekreantów wypoczywających na co dzień w badanych miastach, a zarazem twórców oferty turystycznej) oraz „organów zarządzania” – w tym przypadku pracowników Wydziałów Kultury, Sportu i Turystyki działających przy Urzędach Miejskich (WKSiT UM). Synteza ocen częściowych dokonanych z punktu widzenia wymienionych podmiotów stanowi próbę określenia rzeczywistego potencjału turystycznego badanych miast (ryc. 43). W syntezie tej zostaną uwzględnione:

- wartości sumaryczne potencjałów turystycznych (określone w oparciu o przeprowadzoną analizę porównawczą);
- wskaźniki syntetyczne atrakcyjności turystycznej miast na tle sąsiedztwa (wg opinii turystów, mieszkańców i pracowników „organów zarządzania”);

- wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej (w oparciu o wypowiedzi turystów);
- wskaźniki syntetyczne komfortu wypoczynku (w oparciu o wypowiedzi turystów oraz mieszkańców);
- wskaźnik syntetyczny „kompletności” oferty turystycznej (na podstawie wypowiedzi turystów).

Autorka skonstruowała wskaźniki syntetyczne przy wykorzystaniu danych pochodzących z wywiadów kwestionariuszowych oraz badań ankietowych.

### 5.1.1. Wskaźniki syntetyczne atrakcyjności turystycznej

( $W_{AT}$ ,  $W_{AM}$ ,  $W_{AU}$ )

Atrakcyjność turystyczna to siła, z jaką dane miejsce, obiekt lub zjawisko przyciąga odwiedzających lub potencjalnych odwiedzających. Oprócz istniejących obiektywnie warunków środowiskowych (przyrodniczych oraz społeczno-ekonomicznych) dużą rolę w jej ocenie odgrywa subiektywny czynnik psychologiczny – a zatem ma ona charakter względny. Decyduje o niej ranga walorów turystycznych, dostępność komunikacyjna oraz zdolność obsługowa urządzeń turystycznych (Rogalewski 1972), które stanowią o warunkach rozwoju ruchu turystycznego na danym terenie. Jej względny charakter powoduje, iż trudno ją wyrazić w sposób wymierny.

Autorka podjęła próbę skonstruowania wskaźników syntetycznych atrakcyjności turystycznej miasta w oparciu o wypowiedzi turystów, mieszkańców oraz urzędników reprezentujących WKSiT UM. Przyjęto, iż o stopniu atrakcyjności turystycznej danego miasta decydują zlokalizowane na jego obszarze atrakcje turystyczne. Stąd też wszystkim wymienionym podmiotom zadano pytanie otwarte dotyczące atrakcji turystycznych danego miasta. Otwarty charakter pytania wpłynął na wielką różnorodność odpowiedzi i związane z tym trudności w ich kodowaniu. Jednak pomimo trudności w klasyfikacji uzyskanych odpowiedzi tego typu forma pytania pozwoliła na uzyskanie „bogatszych” i bliższych rzeczywistości danych niż w przypadku stosowania kafeterii. Wśród wymienionych przez respondentów atrakcji turystycznych (tj. czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej miasta) wyróżniono: atrakcje przyrodnicze, kulturowe, przyrodniczo-kulturowe oraz związane z bazą materialno-techniczną rekreacji. Ze względu na fakt, iż większość wymienionych atrakcji turystycznych w danym mieście stanowiła typową dla niego osobliwość, każde z badanych miast rozpatrzono oddzielnie. Dla każdego miasta obliczono średnią ważoną stopnia atrakcyjności turystycznej według następującego wzoru:

- a) średnia ważona atrakcyjności turystycznej według opinii turystów ( $S_{AT}$ ) oraz mieszkańców ( $S_{AM}$ )

$$S_A = \frac{\sum w_i c_i}{6k} \quad (1.5)$$

gdzie:

$S_A$  – średnia ważona atrakcyjności turystycznej,

- $w_i$  – współczynnik wagi,  
 $c_i$  – częstości odpowiedzi:  
 – dla wskaźnika opartego na wypowiedziach turystów: odsetek respondentów przebywających w ocenianym mieście, którzy wskazali daną atrakcję  
 – dla wskaźnika opartego na wypowiedziach mieszkańców: odsetek respondentów, którzy wskazali daną atrakcję  
 $k$  – liczba wymienionych atrakcji,  
 $6$  – maksymalna wartość współczynnika wagi,
- b) średnia ważona atrakcyjności turystycznej według opinii pracowników WKSiT UM ( $S_{AU}$ )

$$S_{AU} = \frac{\sum w_i d_i}{6k} \quad (1.6)$$

gdzie:

- $S_{AU}$  – średnia ważona atrakcyjności turystycznej,  
 $w_i$  – współczynnik wagi,  
 $d_i$  – 1 w przypadku wskazania danej atrakcji, 0 w przypadku niewskazania danej atrakcji,  
 $6$  – maksymalna wartość współczynnika wagi,  
 $k$  – liczba wymienionych atrakcji.

Wartość średniej ważonej mieści się w granicach od 0 do 100 pkt. W odróżnieniu od przedstawionej w rozdziałach 1.3.1 oraz 4 metody analizy porównawczej obiektów wielocechowych za Bellinger (1994), według której wszystkie cechy uwzględniane w analizie miały jednakową wagę, w przypadku oceny atrakcyjności turystycznej wprowadzono współczynnik wag. Zastosowanie wag umożliwia uwzględnienie rangi wskazywanych atrakcji turystycznych w skonstruowanym wskaźniku syntetycznym, a w konsekwencji sprawia, iż otrzymany wynik jest „bardziej zbliżony do rzeczywistości aniżeli w razie przypisywania każdej z cech tej samej wagi” (Gołembski 1999). Wymienionym atrakcjom przyporządkowywano wagę od 1 (min) do 6 (max). Wartość wagi określono w oparciu o wypowiedzi respondentów (turystów, mieszkańców) oraz informacje umieszczane przez gminę w Internecie.

W przypadku średniej ważonej obliczonej na podstawie wypowiedzi turystów wagę atrakcji danego miasta określono w oparciu o wypowiedzi turystów przebywających w pozostałych pięciu badanych miastach. Wagę 6 przyporządkowywano danej atrakcji, jeśli turyści, którzy zatrzymali się na nocleg w pozostałych pięciu miastach, wymienili ją jako atrakcję turystyczną, zwiedzili ją lub odwiedzili; wagę 5 – gdy turyści w czterech miastach (analogicznie); wagę 4 – gdy turyści w trzech miastach (analogicznie); wagę 3 – gdy turyści w dwóch miastach (analogicznie); wagę 2 – gdy turyści tylko w jednym mieście (oprócz ocenianego) wskazali daną atrakcję (analogicznie); wagę 1 przyporządkowywano, gdy turyści przebywający tylko w ocenianym mieście wskazali daną atrakcję.

Określając atrakcyjność turystyczną na podstawie wypowiedzi mieszkańców współczynnik wag ustalano następująco: wagę 6 przyporządkowywano atrakcji, jeśli mieszkańcy pozostałych pięciu miast wymienili ją jako atrakcję turystyczną oko-



licy miejsca zamieszkania; wagę 5 – jeśli mieszkańcy czterech miast (analogicznie); wagę 4 – jeśli mieszkańcy trzech miast (analogicznie); wagę 3 – jeśli mieszkańcy 2 miast (analogicznie); wagę 2 – jeśli mieszkańcy tylko jednego oprócz ocenianego miasta (analogicznie); wagę 1 – jeśli daną atrakcję wymienili jedynie mieszkańcy ocenianego miasta.

Przy obliczaniu średniej ważonej atrakcyjności turystycznej miast na podstawie danych uzyskanych w urzędach gminy wykorzystano informacje zamieszczone w Internecie ([www.saptsit.com.pl](http://www.saptsit.com.pl)). Wagę 1 przyporządkowywano atrakcji wyszczególnionej jedynie w ofercie turystycznej gminy; wagę 4, jeśli dana atrakcja została wymieniona jedynie w ofercie byłego województwa (regionu jeleniogórskiego); wagę 6, jeśli dana atrakcja została wymieniona w ofercie ponadregionalnej.

Przyjęto, iż atrakcje, którym przyporządkowano wartości 1 lub 2, 3 lub 4 oraz 5 lub 6, stanowią „magnes” odpowiednio w skali lokalnej, regionalnej i ponadregionalnej.

Wskaźniki syntetyczne atrakcyjności turystycznej badanych miast według opinii turystów ( $W_{AT}$ ), mieszkańców ( $W_{AM}$ ) oraz urzędników ( $W_{AU}$ ) obliczono w oparciu o określoną dla każdego miasta średnią ważoną przy zastosowaniu wzoru (1.1) dla stymulanty. Wartość wskaźników waha się w granicach od 0 (min) do 100 (max) pkt. Dane oraz wyniki obliczeń zamieszczono w aneksie (tab. 35–41).

### 5.1.2. Wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej ( $W_z$ )

Stopień zadowolenia z oferty turystycznej danego miasta określono na podstawie wypowiedzi przebywających w nim turystów. Respondenci ocenili takie elementy oferty turystycznej, jak: walory krajobrazowe, warunki klimatyczne, stan środowiska przyrodniczego, „klimat akustyczny”, dostępność komunikacyjna miasta, możliwość komunikacji na terenie miasta, baza noclegowa, baza gastronomiczna, obiekty sportowo-rekreacyjne, usługi rozrywkowe, usługi handlowe, imprezy kulturalne i sportowe, sprawność funkcjonowania systemu informacji turystycznej oraz zgodność promocji z rzeczywistością. Oceniający stosowali pięciostopniową skalę wyrażającą stopień zadowolenia (bardzo wysoki, wysoki, średni, niski lub bardzo niski). W analizie porównawczej stopnia zadowolenia turystów z oferty turystycznej badanych miast zostały uwzględnione jedynie wypowiedzi pozytywne i negatywne, natomiast pominięto wypowiedzi dotyczące „średniego” stopnia zadowolenia. Za wynik pomiaru przyjęto odsetek respondentów przyznających danemu elementowi oferty turystycznej określony stopień. Następnie przeprowadzono skalowanie wyników pomiaru według wzoru (1.1) dla stymulanty oraz wzoru (1.2) dla destymulanty. Wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej danego miasta ( $W_z$ ) obliczono według wzoru (1.3) jako średnią uzyskanych w wyniku skalowania wartości punktowych. Wartość wskaźnika mieści się w przedziale od 0 (min) do 100 (max) punktów (tab. 42).

### 5.1.3. Wskaźniki syntetyczne komfortu wypoczynku ( $W_{KT}$ , $W_{KM}$ )

Zarówno mieszkańcom, jak i turystom zadano pytanie otwarte dotyczące czynników utrudniających wypoczynek w danym mieście, powodujących dyskomfort wypoczynku, rozumiany jako „brak warunków zapewniających wygodę rekreacji lub występowanie czynników utrudniających ją” (Zajadacz 1999b).

Wśród wymienionych przez respondentów źródeł dyskomfortu wypoczynku wyróżniono następujące grupy czynników: czynniki przyrodnicze, złą jakość środowiska przyrodniczego, utrudnioną komunikację na terenie miasta, słabo rozwiniętą lub zaniedbaną bazę materialno-techniczną rekreacji, brak wybranych usług lub niezadowolenie z nich, słabo rozwiniętą lub zaniedbaną infrastrukturę komunalną, tłok oraz niską kulturę osobistą ludzi, brak estetyki, ograniczenia prawne w zakresie penetracji przestrzeni, brak folkloru oraz kategorię ogólną – „całe miasto”. W każdym z badanych miast część respondentów twierdziła, iż „nic” nie przeszkadza im w wypoczynku.

Za wynik pomiaru przyjęto odsetek respondentów: turystów przebywających w danym mieście oraz mieszkańców, którzy wskazali dany czynnik utrudniający wypoczynek lub stwierdzili, iż na terenie danego miasta nie występują czynniki utrudniające wypoczynek. Skalowania wyników pomiaru dokonano przy zastosowaniu wzoru (1.2) dla destymulanty (w przypadku źródeł dyskomfortu wypoczynku) oraz wzoru (1.1) dla stymulanty (dla kategorii „nic”). Wskaźniki syntetyczne komfortu wypoczynku obliczono według wzoru (1.3) w oparciu o wypowiedzi turystów ( $W_{KT}$ ) i mieszkańców ( $W_{KM}$ ) jako średnią arytmetyczną uzyskanych przez dane miasto punktów. Wartość wskaźnika zawiera się w przedziale od 0 (min) do 100 (max) punktów (tab. 43).

### 5.1.4. Wskaźnik syntetyczny „kompletności” oferty turystycznej ( $W_B$ )

W oparciu o wypowiedzi turystów dotyczące braków w ofercie turystycznej odwiedzanego miasta obliczono także wskaźnik syntetyczny „kompletności” oferty turystycznej ( $W_B$ ). Wymienione braki poklasyfikowano następująco: walory przyrodnicze, stan środowiska przyrodniczego, baza materialno-techniczna rekreacji, zasoby społeczne, estetyka miasta, informacja turystyczna oraz działania marketingowe. Za wynik pomiaru przyjęto odsetek respondentów wskazujących element oferty, którego brak odczuwali podczas pobytu w danym mieście. Skalowania wyników pomiaru dokonano przy zastosowaniu wzoru (1.2) dla destymulanty oraz wzoru (1.1) dla stymulanty (w przypadku stwierdzenia, iż „niczego nie brakuje, oferta jest zadowalająca”). Wskaźnik braków w ofercie turystycznej obliczono analogicznie jak wskaźniki czynników przeszkadzających w wypoczynku. Jego wartość mieści się w przedziale od 0 (min) do 100 (max) pkt. Dane oraz wyniki obliczeń zamieszczono w aneksie (tab. 44).

### 5.1.5. Ocena integralna

„Jednym z ważniejszych etapów procedury oceny jest synteza. Według Pszczółkowskiego (1978) filozofia definiuje to pojęcie jako proces przechodzenia od procesów łatwiejszych do trudniejszych (zasada Kartezjusza) lub czynność łączenia jednych przedstawień z drugimi i obejmowania ich różnorodności jednym poznanem. Z metodycznego punktu widzenia jest to uogólnianie” (Sołowiej 1999).

Ocena integralna potencjałów turystycznych stanowi syntezę ich ocen częściowych, dokonanych z punktu widzenia różnych podmiotów. Nie jest ona jednak, jak stwierdziła trafnie Sołowiej (1999), zwykłą sumą tych ocen. Wypowiedzi poszczególnych podmiotów posiadają bowiem różny stopień istotności. Zdaniem autorki najistotniejsze znaczenie w ocenie integralnej potencjału turystycznego ma ocena częściowa dokonana z punktu widzenia badacza, a to ze względu na największy stopień kompleksowości i obiektywizmu. Stąd też przyjęto, iż jej udział w przeprowadzonej ocenie integralnej będzie wynosił 50%. Mniejsze znaczenie (ze względu na większą dozę subiektywizmu) mają oceny częściowe wybranych elementów potencjału turystycznego dokonane z punktu widzenia turystów, tj. odbiorców oferty turystycznej, których potrzeby i upodobania w znacznym stopniu wpływają na jej kształt. Przyjęto, iż udział tych ocen w ocenie integralnej będzie wynosił 30%. Za najmniej istotne uznano opinie mieszkańców oraz pracowników WKSiT UM. Założono, iż mieszkańcy (tj. rekreanci wypoczywający w miejscu zamieszkania) oraz potencjalni organizatorzy ruchu turystycznego w danym mieście postrzegają jego atrakcyjność turystyczną przez pryzmat korzyści i uciążliwości związanych z jego rozwojem, co może być przyczyną obarczania błędem dokonywanych przez nich ocen. Ponadto, na ich subiektywizm mogą wpływać emocjonalne więzi z miejscem zamieszkania. Przyjęto, iż udział opinii mieszkańców w ocenie integralnej będzie wynosił 10%. Taki sam udział przypisano wypowiedziom urzędników reprezentujących samorząd lokalny, którzy mogli przedstawiać atrakcje turystyczne w formie reklamy. Udział opinii poszczególnych podmiotów w ocenie integralnej przedmiotu badań daje łącznie 100% (ryc. 43).

Synteza ocen częściowych wymaga przyjęcia takiego samego stopnia szczegółowości, tj. sprowadzenia ich do jednakowej jednostki miary. W niniejszym opracowaniu wszystkie wskaźniki uwzględnione w ocenie integralnej potencjału turystycznego zostały wyrażone za pomocą identycznej jednostki miary i mieszczą się w przedziale od 0 (min) do 100 (max) pkt. Przy czym jeśli wartość wskaźnika syntetycznego (np. atrakcyjności turystycznej danego miasta) wynosi 0 pkt, nie oznacza to, iż dane miasto jest nieatrakcyjne dla turystów, ale że jest ono najmniej atrakcyjne spośród wszystkich badanych miast (zob. rozdział 1.3.1).

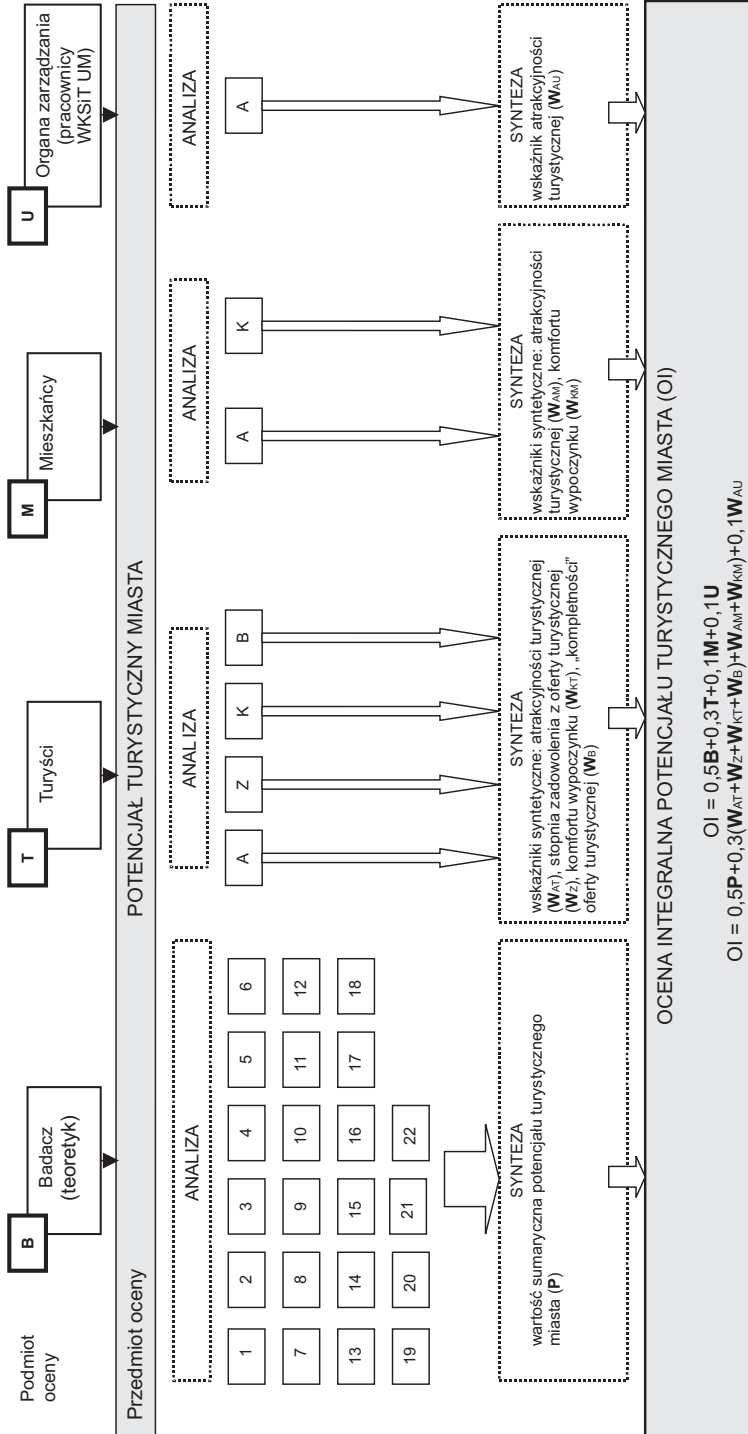
Obliczenia przeprowadzono według następującego wzoru:

$$OI = 0,5B + 0,3T + 0,1M + 0,1U \quad (1.7)$$

gdzie:

OI – ocena integralna

Ocena z punktu widzenia: B – badacza, T – turystów, M – mieszkańców, U – urzędników



Ryc. 43. Schemat metody oceny integralnej potencjału turystycznego

A zatem:

$$OI = 0,5 P + 0,3 (W_{AT} + W_Z + W_{KT} + W_B) + 0,1 (W_{AM} + W_{KM}) + 0,1 W_{AU} \quad (1.8)$$

gdzie:

OI – ocena integralna,

0,5; 0,3; 0,1 – współczynnik wagi wypowiedzi poszczególnych podmiotów,

P – wartość sumaryczna potencjału turystycznego miasta,

$W_{AT}$  – wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej wg opinii turystów,

$W_{AM}$  – wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej wg opinii mieszkańców,

$W_{AU}$  – wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej wg opinii pracowników WKSiT UM,

$W_Z$  – wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej,

$W_{KT}$  – wskaźnik syntetyczny komfortu wypoczynku wg opinii turystów,

$W_{KM}$  – wskaźnik syntetyczny komfortu wypoczynku wg opinii mieszkańców,

$W_B$  – wskaźnik syntetyczny „kompletności” oferty turystycznej.

Wartości wskaźników syntetycznych obliczono w oparciu o wypowiedzi respondentów. Dane dotyczące ich podstawowych cech społeczno-demograficznych przedstawiono w rozdziale 5.2.1.

## 5.2. Ocena oferty turystycznej wybranych miast Sudetów Zachodnich przez respondentów

### 5.2.1. Charakterystyka respondentów

Dominującą grupę w strukturze wiekowej turystów stanowiły osoby w wieku 26–50 lat. Grupę tę można ogólnie scharakteryzować jako czynną zawodowo i sprawną fizycznie. Stanowiła ona we wszystkich badanych miastach blisko lub ponad połowę ogółu odwiedzających (tab. 10). Udział pozostałych grup wiekowych w ruchu turystycznym na badanym obszarze był zróżnicowany. Najmniej licznie we wszystkich miastach była reprezentowana grupa najstarsza (tj. powyżej 61. roku życia).

Procentowy rozkład udziału przedstawicieli obu płci w badanej próbie był zbliżony. Średnio ok. 50% turystów w każdym mieście stanowili mężczyźni i tyle samo kobiety (tab. 10).

Charakterystyczny dla wszystkich miast był dominujący wśród turystów udział osób z wykształceniem średnim oraz wyższym (tab. 10). Łącznie stanowiły one: w Piechowicach – 92%, w Karpaczu – 85%, w Szklarskiej Porębie – 80%, w Kowarach – 79%, w Świeradowie Zdroju – 71% i w Jeleniej Górze – 70% ogólnej liczby respondentów.

We wszystkich miastach przebywali głównie przyjezdni z zachodniej i centralnej części Polski, w szczególności z takich województw, jak dolnośląskie, wielkopolskie oraz lubuskie. Przy czym dominowali wśród nich mieszkańcy dużych miast, takich jak: Wrocław, Poznań, Szczecin oraz Warszawa. Natomiast najmniej

Tabela 10. Cechy społeczno-demograficzne respondentów

Cecha		Miasto											
		Jelenia Góra		Karpacz		Kowary		Piechowice		Szklarska Poręba		Świeradów Zdrój	
		% respondentów											
		M	T	M	T	M	T	M	T	M	T	M	T
Płeć	M	31	48	32	53	46	51	42	50	41	49	36	49
	K	69	52	68	47	54	49	58	50	59	51	64	51
Wiek w latach	do 20	12	11	13	7	16	8	9	5	16	8	17	17
	21–30	17	15	35	25	23	16	10	28	26	23	15	15
	31–40	37	22	32	28	31	19	45	24	34	31	25	25
	41–50	23	27	10	29	16	38	22	41	17	29	31	21
	51–60	7	19	8	9	10	19	7	2	4	6	9	9
	61–70	3	6	2	2	2	0	7	0	3	3	3	3
	powyżej 70	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Wykształcenie	podstawowe	14	9	15	3	20	7	16	1	15	7	19	19
	zawodowe	8	21	27	12	18	14	33	7	23	13	10	10
	średnie	61	44	49	55	46	54	41	48	44	44	35	36
	wyższe	17	26	9	30	16	25	10	44	18	36	35	35
Dzielnica zamieszkania (mieszkańców)		Centrum (25)	Centrum (34)		Centrum (47)	Centrum (37)	Marysin (46)	Centrum (34)					
		Zabobrze (23)	Karpacz Górny (27)		Średnie (11)	Piechowice Górne (19)	Szklarska Poręba (14)	Czarniawa Zdrój (37)					
		Cieplice (17)	Os. Skalne (23)		Kowary (11)	Piechowice Średnie (20)	Szklarska Dolna (14)	Peryferie (29)					
		Sobieszów (14)	Wilcza Poręba (6)		Górne (13)	(20)	Poręba Górna (15)						
		Os. Zatorze (10)	Peryferie (10)		(6)	(5)	Szklarska Poręba Średnia (15)						
		Peryferie (11)			Wojków (4)	Jagniątków (10)	Poręba Średnia (15)						
					Krzaczyna (3)	Michałowi ce (9)	Biała Dolina (10)						
					Peryferie (16)								

M – mieszkańcy, T – turyści

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet (1995–1997) i wywiadów kwestionariuszowych (1995–1998)



licznie reprezentowani byli mieszkańcy północno- i południowo-wschodnich części Polski, pochodzący z takich województw, jak warmińsko-mazurskie, podlaskie oraz podkarpackie.

Wśród respondentów zagranicznych dominowali obywatele Niemiec i Holandii. Liczny był także udział Brytyjczyków, Francuzów oraz Duńczyków, natomiast nikły obywateli Ukrainy i Rosji. Sytuacja taka wynika być może z przyjętych założeń metodycznych (kwestionariusze dla obcokrajowców zostały przygotowane jedynie w dwóch językach, tj. niemieckim i angielskim, co mogło stanowić poważną barierę językową) lub też z niechęci obywateli tych krajów do udzielania wywiadów.

Głównym obszarem źródłowym zagranicznego ruchu turystycznego była Europa zachodnia, szczególnie pas rozciągłości południkowej zachodnich granic Polski. Dominujące miejsca pochodzenia turystów w przypadku Jeleniej Góry to landy niemieckie leżące w strefie przygranicznej (tj. Saksonia i Brandenburgia), Berlin, Dolna Saksonia oraz Brema, a także północna i północno-wschodnia część Francji. Natomiast w przypadku Karpacza to: Saksonia, Brandenburgia, Berlin oraz Holandia. W Kowarach dominowali przyjezdni ze wschodniej Holandii, wschodniej Belgii oraz Niemiec; w Piechowicach ze wschodniej Holandii oraz centralnej części Niemiec; w Szklarskiej Porębie ze środkowej i północnej części Niemiec, Holandii, wschodniej Francji oraz Anglii; w Świeradowie Zdroju z południowej części Niemiec oraz Anglii.

Lokalizacja obszarów źródłowych krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego świadczy o dużej roli, jaką odgrywa dostępność komunikacyjna wśród motywów wyboru miejsca wypoczynku. Ruch ten wykazuje tendencję dociążenia w kierunku najbliższych położonych i turystycznie atrakcyjnych obszarów górskich. Stąd tak duży w badanych miastach udział turystów pochodzących z zachodniej części Polski oraz sąsiadujących z Polską landów niemieckich, natomiast znacznie mniejszy turystów pochodzących z centralnej i wschodniej części Polski (bliskość Karpat) oraz południowych landów Niemiec, co prawdopodobnie wynika z bliskości Alp.

Wśród mieszkańców wszystkich miast dominującą grupę respondentów stanowiły kobiety, osoby w wieku 21–50 lat oraz osoby z wykształceniem średnim. Szczegółowe informacje dotyczące wybranych cech objętych badaniami ankietowymi zamieszczono w tabeli 10.

Pracownicy administracji państwowej odpowiedzialni za kształtowanie funkcji turystycznej w danej gminie posiadali w Jeleniej Górze, Karpaczu i Świeradowie Zdroju wykształcenie wyższe, natomiast w pozostałych miastach wykształcenie średnie (Materiały archiwalne AE we Wrocławiu – ankiety wypełnione w Urzędach Miast w celu oceny możliwości rozwoju turystyki w gminie 1996).

### 5.2.2. Atrakcyjność turystyczna według opinii turystów ( $W_{AT}$ )

Najwyższą wartość wskaźnika atrakcyjności turystycznej uzyskały dwa miasta: Karpacz (100 pkt) i Szklarska Poręba (100 pkt). Za główny czynnik decydujący o atrakcyjności Karpacza uznano Karkonoski Park Narodowy. Charakterystyczna dla tego miasta jest duża liczba atrakcji o randze ponadregionalnej – oprócz Karkonoszy (z kulminacją Śnieżki) zaliczono do nich także Świątynię Wang, Muzeum Zaba-

wek oraz schroniska górskie: „Samotnię” i „Strzechę Akademicką”. Część turystów nie wymieniała pojedynczych atrakcji, uznając całe miasto za bardzo atrakcyjne. Z kolei do atrakcji o randze regionalnej zakwalifikowano Muzeum Sportu i Turystyki Regionu Karkonoszy oraz schronisko „Na Śnieżce”. Pozostałe atrakcje mają rangę lokalną, wśród nich szczególnie często wymieniano nartostrady (29%) oraz kawiarnie i puby (11%). Natomiast o atrakcyjności turystycznej Szklarskiej Poręby decydują przede wszystkim Karkonosze (szczególnie Wodospad Kamieńczyka i Szrenica) oraz Góry Izerskie. Oprócz gór do atrakcji turystycznych o randze ponadregionalnej zaliczono: muzea (w tym Muzeum Mineralogiczne), schronisko „Pod Łabskim Szczytem” oraz „całe miasto” (analogicznie jak w przypadku Karpacza). Do atrakcji o randze regionalnej zakwalifikowano schronisko „Na Szrenicy”. Pozostałe atrakcje mają charakter lokalny, przy czym turyści wymieniali spośród nich najczęściej: nartostrady (32%), wyciągi narciarskie (32%), trasy rowerowe (21%) oraz restauracje, puby i kawiarnie (8%).

O atrakcyjności turystycznej Świeradowa Zdroju (85,7 pkt) decydują zdaniem turystów przede wszystkim góry (stanowiące atrakcję w skali ponadregionalnej), a ponadto tereny zielone – lasy i parki (w tym szczególnie Park Zdrojowy), będące atrakcjami o randze regionalnej. Pozostałe z wymienionych elementów składających się na atrakcyjność turystyczną miasta mają rangę lokalną; spośród nich turyści przebywający w Świeradowie Zdroju szczególnie często wskazywali: położenie miasta (wśród gór, nad rzeką, blisko granic państwowych; 54%), dogodne warunki do uprawiania narciarstwa zjazdowego i biegowego oraz turystyki pieszej i rowerowej (45%), wody mineralne wykorzystywane od wieków do kuracji uzdrowiskowej (42%), dobre warunki klimatyczne (świeże powietrze, bodźcowość klimatu; 38%), halę Domu Zdrojowego (35%), obiekty sanatoryjne (28%), gęstą sieć szlaków turystycznych (23%), wyciągi narciarskie (18%), deptak (15%), imprezy kulturalne i warsztaty artystyczne (14%), wybrane hotele i pensjonaty (12%), sympatycznych mieszkańców (10%), przejście graniczne do Czech (10%), ciszę i spokój oraz brak tłoku, zgiełku i gwaru (8%).

Na tej samej pozycji uplasowały się Piechowice (28,6 pkt) i Jelenia Góra (28,6 pkt). Za główny czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej Piechowic turyści uznali Karkonoski Parki Narodowy – atrakcję w skali ponadregionalnej. Na terenie KPN wyróżniono szereg cieszących się szczególną popularnością osobliwości (m.in. Śnieżne Kotły i Wodospad Szklarki). Do atrakcji w skali regionalnej zaliczono Dom G. Hauptmanna oraz schronisko „Kochanówka”. Pozostałe atrakcje miały charakter lokalny. Znaczna grupa respondentów przebywających w Piechowicach wśród atrakcji turystycznych wymieniła tereny zielone (lasy i parki; 28%), południowy stok Gór Izerskich z kulminacją Bobrowych Skał (11%), piękne krajobrazy (4%) oraz mający status pomnika przyrody 700-letni cis (3%).

Do głównych czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej Jeleniej Góry turyści zaliczyli: Cieplice (uzdrowisko, zabytkowa starówka), Zamek Chojnik z górą Chojnik stanowiącą enklawę Karkonoskiego Parku Narodowego, urozmaiconą rzeźbę terenu, Stary Rynek z zabytkową zabudową, Muzeum Przyrodnicze oraz odbywający się co roku Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych – atrakcję o randze ponadregionalnej. Jako atrakcję turystyczną w skali regionu wymienio-

no Muzeum Przyrodnicze Karkonoskiego Parku Narodowego. Pozostałe ze wskazanych atrakcji mają rangę lokalną, wśród nich szczególnie często wymieniano tereny zielone (14%), liczne zabytki i kościoły (5%), galerie sztuki (5%) oraz „całe miasto” (5%).

W przypadku Kowar (0,0 pkt) głównym „magnesem” przyciągającym turystów są góry: Karkonosze oraz Rudawy Janowickie, które uznano za atrakcje o randze ponadregionalnej. Pozostałe atrakcje mają rangę lokalną, przy czym turyści najczęściej wymieniali: tereny zielone (lasy i parki; 11%), schronisko „Nad Jedlicą” (22%) oraz wyciągi narciarskie (5%).

### 5.2.3. Atrakcyjność turystyczna według opinii mieszkańców ( $W_{AM}$ )

Najwyższą wartość wskaźnika atrakcyjności turystycznej uzyskała Szklarska Poręba (100 pkt). O jej atrakcyjności turystycznej decyduje obecność takich atrakcji o randze ponadregionalnej, jak: Karkonosze i Góry Izerskie, Wodospad Kamieńczyka, tereny zielone (lasy i parki), nartostrady oraz wyciągi narciarskie. Wśród atrakcji o randze regionalnej wymieniono: Szrenicę i wyciąg krzesełkowy na Szrenicę, Zakręt Śmierci, Chybotek, zagospodarowanie turystyczne masywu Szrenicy i Jakuszyc oraz „całe miasto”. Pozostałe atrakcje wskazywane przez mieszkańców Szklarskiej Poręby mają rangę lokalną, przy czym najczęściej wymieniano spośród nich: stadion miejski i obiekty sportowe (7%), muzea (w szczególności Muzeum Mineralogiczne; 5%) oraz domy wypoczynkowe (5%).

O atrakcyjności turystycznej Świeradowa Zdroju (97,5 pkt) decyduje przede wszystkim jego położenie w Górach Izerskich, bogactwo zieleni (lasy i parki, w tym szczególnie Park Zdrojowy) oraz wyciągi i trasy narciarskie. Wymienione atrakcje mają rangę ponadregionalną. Z kolei do atrakcji o randze regionalnej można zaliczyć: wody mineralne stanowiące podstawę działalności uzdrowiskowej, warunki klimatyczne, malownicze krajobrazy, ciszę i spokój oraz brak tłoku, zgiełku i gwaru. Pozostałe atrakcje mają rangę lokalną. Mieszkańcy Świeradowa Zdroju szczególnie często wymieniali: imprezy kulturalne – plenery malarskie i teatralno-muzyczne, Dni Świeradowa Zdroju, Dni Kwitnących Rododendronów, koncerty Orkiestry Wojskowej oraz Festiwal Muzyki Elektronicznej (33%); położenie geograficzne miasta wśród gór, nad rzeką, blisko granic państwowych (27%); halę Domu Zdrojowego, w której odbywają się koncerty oraz mieści się galeria sztuki (26%); dobry stan środowiska przyrodniczego miasta, czystość, brak zakładów przemysłowych (24%); schronisko „Na Stogu Izerskim” (20%); basen (17%); wybrane hotele i pensjonaty (16%); muzea (13%).

Zdaniem mieszkańców badanych miast o atrakcyjności turystycznej Karpacza (90,0 pkt) decydują przede wszystkim Karkonosze z kulminacją Śnieżki oraz lasy. Do atrakcji o randze ponadregionalnej należy ponadto Świątynia Wang. Natomiast za czynniki decydujące o atrakcyjności tego miasta w skali regionu uznano: nartostrady i wyciągi narciarskie, schroniska górskie („Samotnię” i „Strzechę Akademicką”), wyciąg krzesełkowy na Małą Kopę oraz „całe miasto”. Pozostałe atrakcje mają rangę lokalną, przy czym najczęściej wymieniano spośród nich: Muzeum Zabawek (39%), Muzeum Sportu i Turystyki Regionu Karkonoszy (37%), basen

(11%), stadion (11%), Krucze Skały (10%), wodospady (10%), skocznia narciarską „Orlinek” (10%), kino (10%) oraz korty tenisowe (7%).

W Piechowicach (75,0 pkt) w oparciu o wypowiedzi mieszkańców badanych miast do atrakcji turystycznych tego miasta zakwalifikowano: Karkonoski Park Narodowy i występujące w nim Śnieżne Kotły oraz Wodospad Szklarki, a ponadto lasy, parki oraz piękne krajobrazy. Do atrakcji w skali regionu zaliczono schronisko „Kochanówka” oraz bardzo dobrze rozwiniętą sieć szlaków turystycznych, rowerowych i narciarskich. Znaczna część mieszkańców Piechowic (11%) uważa, iż całe miasto jest atrakcyjne pod względem turystycznym, oferując szczególnie dogodne warunki dla rozwoju turystyki „wyciszonej” (rodzinnej i ekologicznej).

W Jeleniej Górze (52,5 pkt) wyróżniono następujące atrakcje turystyczne o randze ponadregionalnej: Zamek Chojnik z enklawą Karkonoskiego Parku Narodowego, urozmaiconą rzeźbę terenu oraz Park Zdrojowy. Z kolei do atrakcji w skali regionalnej zaliczono: Stary Rynek z zabytkową zabudową oraz Cieplice (uzdrowisko, zabytkowa starówka). Pozostałe ze wskazywanych atrakcji mają rangę lokalną. Szczególnie często wymieniano spośród nich: basen przy ul. Sudeckiej (26%), obiekty sportowe (10%), zabytki (7%), kąpielisko „Rakownica” (5%) oraz mineralne wody termalne (5%).

Na ostatnim miejscu uplasowały się Kowary (0,0 pkt). Do ich atrakcji turystycznych o randze ponadregionalnej należą Karkonosze i Rudawy Janowickie oraz lasy i parki. Atrakcję w skali regionu stanowią natomiast dobre warunki do uprawiania narciarstwa biegowego, narciarstwa zjazdowego, lotniarstwa, paralotniarstwa, turystyki pieszej i rowerowej. Pozostałe atrakcje mają rangę lokalną, przy czym mieszkańcy Kowar najczęściej wymieniali spośród nich: zalew miejski (21%), stare miasto z licznymi odrestaurowanymi zabytkami (10%), hotel „Przedwiośnie” (9%), dyskoteki (9%) oraz stadion (7%).

#### 5.2.4. Atrakcyjność turystyczna według opinii pracowników WKSiT UM ( $W_{AU}$ )

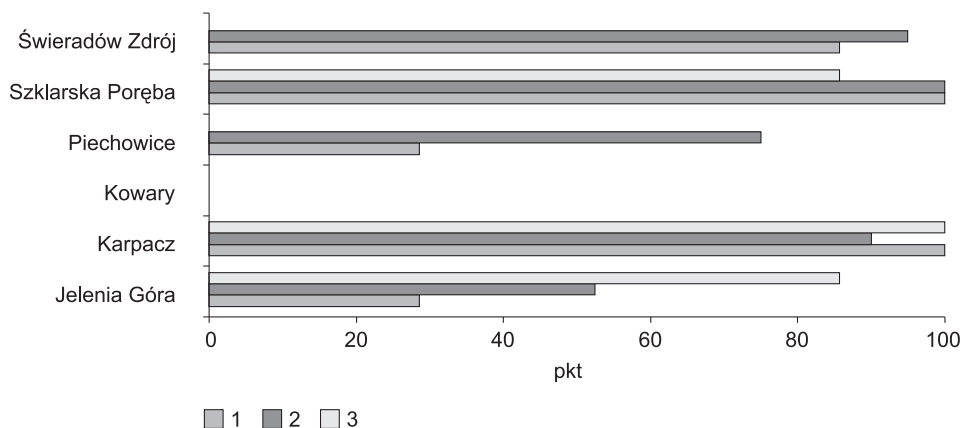
Najwyższą wartość wskaźnika uzyskały, Karpacz (100 pkt). Dla Karpacza znamienne jest, iż pracownicy tamtejszego Urzędu Miejskiego wymienili małą liczbę atrakcji (a mianowicie Karkonosze z kulminacją Śnieżki, stanowiące atrakcję w skali ponadregionalnej) oraz ogólnie stwierdzili, że w mieście istnieje „możliwość czynnego wypoczynku w ciągu całego roku”. Nie wskazali natomiast takich atrakcji o randze ponadregionalnej, jak: Świątynia Wang, Muzeum Zabawek czy wyciąg krzesełkowy na Małą Kopę. Nie zwrócili również uwagi na takie czynniki decydujące o atrakcyjności miasta, jak lokalne historie i legendy (np. o Walończykach i laborantach) oraz pominieli informacje o Centrum Pneumatologii Dziecięcej (wyszczególnionym w ofercie regionu).

Kolejne pozycje zajęły: Szklarska Poręba (85,7 pkt) i Jelenia Góra (85,7 pkt). W Szklarskiej Porębie do wymienionych przez pracowników WKSiT UM atrakcji turystycznych o randze ponadregionalnej zaliczają się: Karkonosze i Góry Izerskie, Wodospad Kamieńczyka, Szrenica oraz wyciąg krzesełkowy na Szrenicę. Z kolei jako atrakcje w skali regionu wskazano nartostrady na zboczach Szrenicy, dające możli-

wość uprawiania różnych sportów zimowych. Pozostałe z wymienionych czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej miasta to: grotty, specyficzne warunki klimatyczne (zaleganie pokrywy śnieżnej od października do maja, co sprzyja uprawianiu sportów zimowych), zagospodarowanie turystyczne masywu Szrenicy i Jakuszyca, dobra dostępność komunikacyjna oraz nieduża odległość od Pragi, Berlina i Wrocławia. Analogicznie jak w przypadku Karpacza nie wskazano takich atrakcji o randze ponadregionalnej, jak muzea (w szczególności Muzeum Mineralogiczne) oraz Dom Braci Hauptmannów, jak również atrakcji o randze regionalnej (Zakręt Śmierci oraz trasy rowerowe).

W Jeleniej Górze do atrakcji turystycznych o randze ponadregionalnej zaliczono: Stary Rynek, Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych, Zamek Chojnik z enklawą Karkonoskiego Parku Narodowego oraz Cieplice (uzdrowisko bazujące na termalnych wodach mineralnych, zabytkowa starówka). Za atrakcję w skali regionalnej uznano korzystne warunki do uprawiania lotniarstwa i szybownictwa. Pozostałe z wymienionych czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej miasta mają znaczenie w skali lokalnej i obejmują: urozmaiconą rzeźbę terenu, korzystne warunki klimatyczne, imprezy kulturalne i sportowe, sąsiedztwo znanych miejscowości turystycznych (m.in. Karpacza i Szklarskiej Poręby), bliskość granicy państwowej z Republiką Czeską i RFN, bardzo dobrą dostępność komunikacyjną oraz dobrze rozwiniętą bazę noclegową i gastronomiczną. Nie wymieniono natomiast takich atrakcji jak Muzeum Przyrodnicze czy Muzeum Karkonoskiego Parku Narodowego, które stanowią atrakcje o randze ponadregionalnej.

Najniższą wartość wskaźnika uzyskały Świeradów Zdrój (0,0 pkt), Kowary (0,0 pkt) i Piechowice (0,0 pkt). Do zlokalizowanych w Świeradowie Zdroju atrakcji turystycznych o randze ponadregionalnej zaliczono: Góry Izerskie, wody mineralne wykorzystywane od wieków do kuracji uzdrowskiej oraz obiekty sanatoryjne i zabiegi lecznicze świadczone w ramach działalności uzdrowiska. Z kolei do atrakcji



Ryc. 44. Wartości wskaźników syntetycznych atrakcyjności turystycznej badanych miast  
Wartości wskaźników atrakcyjności turystycznej według opinii: 1 – turystów, 2 – mieszkańców, 3 – pracowników WKSiT UM

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–1998)



w skali regionalnej należą: warunki klimatyczne (świeże powietrze, bodźcowość klimatu), gęsta sieć szlaków turystycznych pieszych i rowerowych (w szczególności szlaki wiodące na Stóg Izerski, Sępia Górę i Halę Izerską) oraz dobre warunki do uprawiania narciarstwa biegowego i zjazdowego (liczne wyciągi i trasy narciarskie). Do pozostałych czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej miasta zaliczają się: bogactwo zieleni (szczególnie Park Zdrojowy) oraz przejście graniczne do Czech. W Kowarach do atrakcji w skali ponadregionalnej zaliczono Karkonosze oraz Rudawy Janowickie, a do atrakcji w skali regionu zakwalifikowano: dobre warunki do uprawiania narciarstwa zjazdowego, narciarstwa biegowego, lotniarstwa, paralotniarstwa oraz turystyki pieszej i rowerowej, a także Stare Miasto z licznymi odrestaurowanymi zabytkami. Pozostałe z wymienionych przez urzędników czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej Kowar mają rangę lokalną i obejmują: pozostałości po zakładach R-1 (kopalnia uranu), inhalatorium radonowe, liczne sztolnie (które po przeprowadzeniu niezbędnych badań i wykonaniu odpowiednich zabezpieczeń mogłyby stanowić atrakcję turystyczną) oraz życie kulturalne miasta. Natomiast w Piechowicach do atrakcji w skali ponadregionalnej zaliczono Karkonoski Park Narodowy, w którym wyróżniono takie osobliwości, jak: Śnieżne Kotły, Wielki Szyszak, Czarny Kocioł Jagniątkowski i Wodospad Szklarki. Natomiast za atrakcję w skali regionalnej uznano Dom G. Hauptmanna w Jagniątkowie. Pozostałe z wymienionych atrakcji mają rangę lokalną i obejmują: południowy stok Gór Izerskich z kulminacją Bobrowych Skał (stanowiących dogodną bazę do uprawiania wspinaczki skałkowej), posiadający status pomnika przyrody 700-letni cis, prywatne teatry „Teatr Nasz” i „Cinema”, zabytkową architekturę w Piastowie, Jagniątkowie, Michałowicach i centrum Piechowic, stadion oraz bardzo dobrze rozwiniętą sieć szlaków turystycznych pieszych, rowerowych i narciarskich. Stwierdzono także, iż całe miasto jest bardzo atrakcyjne dla rozwoju turystyki, w tym szczególnie „wyciszonej” (rodzinnej i ekologicznej).

### 5.2.5. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej ( $W_z$ )

Najbardziej zadowoleni z oferty turystycznej byli respondenci przebywający w Jeleniej Górze (82,1 pkt). W mieście tym największa w badanym zespole miast część respondentów była bardzo zadowolona z walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych oraz – co jest cechą zdecydowanie wyróżniającą Jelenią Górę na tle pozostałych miast – imprez kulturalnych i sportowych. Największa część respondentów była także wysoce zadowolona z bazy noclegowej i możliwości zwiedzania (zabytków, muzeów, osobliwości kulturalnych). Żaden z respondentów nie wyraził bardzo niskiego zadowolenia z: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, stanu środowiska przyrodniczego, „klimatu akustycznego”, możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych, usług handlowych, możliwości zwiedzania obiektów historycznych i kulturowych ani imprez kulturalnych i sportowych. Żaden z respondentów nie wyraził też bardzo wysokiego zadowolenia z: możliwości komunikacji na terenie miasta, usług rozrywkowych ani obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Charakterystyczne jest, iż w Jeleniej



Górze – jako jedynym spośród badanych miast – część respondentów nisko oceniła walory krajobrazowe i bardzo nisko „klimat akustyczny”. Ponadto, największy odsetek respondentów w zestawieniu badanych miast wyraził niskie zadowolenie z usług handlowych.

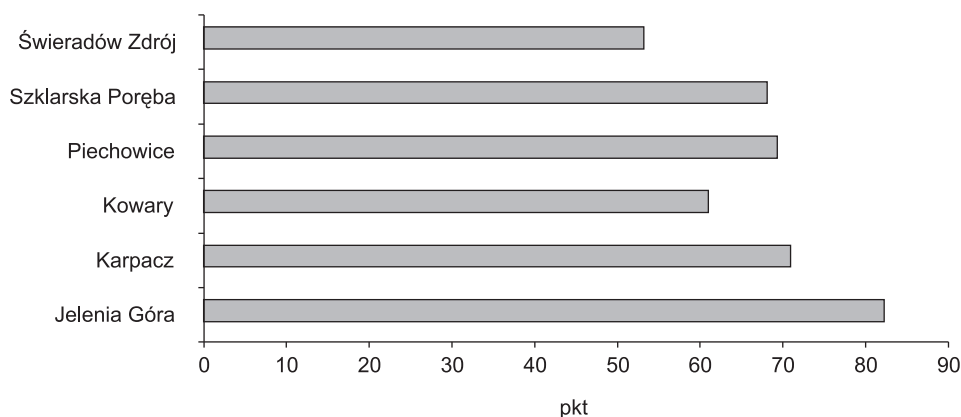
W Karpaczu (70,9 pkt) w porównaniu z pozostałymi miastami największy odsetek turystów wyraził bardzo wysokie zadowolenie z jego dostępności komunikacyjnej, bazy noclegowej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług handlowych oraz sprawności funkcjonowania systemu informacji turystycznej. Także największy odsetek respondentów wyraził wysokie zadowolenie z walorów krajobrazowych miasta oraz obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Znamienne jest, iż żaden z objętych badaniami turystów nie ocenił bardzo nisko: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, stanu środowiska przyrodniczego, „klimatu akustycznego”, możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy noclegowej, bazy gastronomicznej ani usług handlowych. Z kolei największy w całym zestawieniu badanych miast odsetek respondentów wyraził bardzo niskie zadowolenie z usług rozrywkowych, imprez kulturalnych i sportowych, a także z obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Nisko oceniono także możliwość zwiedzania zabytków, muzeów oraz innych osobliwości kulturalnych na terenie miasta

W Piechowicach (69,3 pkt) największy w porównaniu z innymi miastami odsetek turystów był bardzo wysoko zadowolony z „klimatu akustycznego” i zgodności promocji z rzeczywistością oraz wysoce zadowolony ze stanu środowiska przyrodniczego, usług handlowych i sprawności funkcjonowania systemu informacji turystycznej. Żaden z respondentów nie ocenił bardzo nisko: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, „klimatu akustycznego”, możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych ani usług handlowych. Żaden z respondentów nie ocenił też bardzo wysoko: możliwości komunikacji na terenie miasta, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych, usług handlowych ani imprez sportowych i kulturalnych. W porównaniu z innymi miastami największy odsetek respondentów wyraził niskie zadowolenie ze sprawności funkcjonowania systemu „IT” oraz bardzo niskie zadowolenie ze stanu środowiska przyrodniczego i sprawności systemu „IT”. Generalnie można stwierdzić, iż najniżej zostały ocenione usługi rozrywkowe oraz informacja turystyczna, a także możliwość zwiedzania zabytków, muzeów i innych osobliwości kulturalnych na terenie miasta

Szklarską Porębę (68,3 pkt) na tle badanych miast wyróżnia wysoki stopień zadowolenia turystów z „klimatu akustycznego” oraz usług rozrywkowych. Najmniej uwag krytycznych dotyczyło: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, „klimatu akustycznego”, możliwości komunikacji na terenie miasta oraz obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Z kolei najmniej liczna w całym zestawieniu badanych miast grupa respondentów wyraziła bardzo wysokie lub wysokie zadowolenie z: walorów krajobrazowych, możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy gastronomicznej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług handlowych, imprez kulturalnych i sportowych oraz zgodności promocji turystycznej z rzeczywistością.

W Kowarach (61,0 pkt) w porównaniu z innymi miastami największy odsetek respondentów był wysoce zadowolony z możliwości komunikacji w obrębie granic miejskich oraz z lokalnej bazy noclegowej i gastronomicznej. Żaden z respondentów nie ocenił bardzo nisko: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, stanu środowiska przyrodniczego, „klimatu akustycznego”, możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych, usług handlowych ani imprez kulturalnych i sportowych. Żaden z respondentów nie ocenił też bardzo wysoko możliwości komunikacji na terenie miasta, bazy noclegowej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych, usług handlowych ani imprez kulturalnych i sportowych. Z kolei największy w porównaniu z pozostałymi miastami odsetek respondentów wyraził bardzo niskie zadowolenie z dostępności komunikacyjnej miasta. Nisko oceniono także możliwość zwiedzania zabytków, muzeów i osobliwości kulturalnych na terenie miasta.

Ostatnie miejsce zajął Świeradów Zdrój (53,2 pkt), w którym największa w porównaniu z pozostałymi miastami część turystów wyraziła bardzo wysokie zadowolenie ze stanu środowiska przyrodniczego miasta oraz możliwości zwiedzania zabytków, muzeów i osobliwości kulturalnych, a także wysokie zadowolenie ze zgodności promocji turystycznej z rzeczywistością. Znamienne jest, iż żaden z respondentów nie ocenił bardzo nisko: walorów krajobrazowych, warunków klimatycznych, „klimatu akustycznego”, bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, obiektów sportowo-rekreacyjnych, usług handlowych, możliwości zwiedzania (zabytków, muzeów, osobliwości kulturalnych) ani imprez kulturalnych i sportowych. Z kolei najmniej na tle badanych miast odsetek turystów wyraził bardzo wysokie lub wysokie zadowolenie z: warunków klimatycznych, „klimatu akustycznego”, dostępności komunikacyjnej miasta, możliwości komunikacji na jego terenie, bazy noclegowej, obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych, usług rozrywkowych, usług handlowych oraz imprez kulturalnych i sportowych. Można generalnie stwierdzić, iż w Świeradowie Zdroju turyści byli najmniej zadowoleni z



Ryc. 45. Wartość wskaźnika syntetycznego stopnia zadowolenia z oferty turystycznej  
Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych (1995–1998)

warunków klimatycznych, bazy noclegowej oraz możliwości komunikacji na terenie miasta, natomiast najbardziej z walorów krajobrazowych.

#### 5.2.6. Komfort wypoczynku według opinii turystów ( $W_{KT}$ )

Najmniej czynników przeszkadzających w wypoczynku wskazali turyści przebywający w Świeradowie Zdroju (91,2 pkt) i Kowarach (91,2 pkt). W Świeradowie Zdroju niewielki odsetek respondentów wymienił takie czynniki, jak: zanieczyszczone powietrze, hałas, remonty dróg, zły stan ulic, brak życia nocnego oraz osoby nietrzeźwe. Aż 74% respondentów stwierdziło, iż nic im nie przeszkadza w wypoczynku na terenie tego miasta. Z kolei w Kowarach największy w zestawieniu wszystkich badanych miast odsetek turystów wskazał jako czynnik przeszkadzający w wypoczynku brak taniej bazy noclegowej, a niewielka grupa respondentów wymieniła takie przyczyny, jak: zła pogoda, częste zmiany pogody, zanieczyszczone powietrze oraz hałas. Większa część respondentów (67%) stwierdziła, iż nic jej nie przeszkadza w wypoczynku w tym mieście.

W Piechowicach (85,4 pkt) największa w zestawieniu badanych miast grupa respondentów podała jako czynniki utrudniające wypoczynek: brak życia nocnego, brak telefonów oraz brak czystości. Niewielki odsetek respondentów wskazał także: zanieczyszczone powietrze, hałas oraz nietrzeźwe osoby. Blisko połowa respondentów (44%) stwierdziła, iż nic jej nie przeszkadza w wypoczynku.

W Jeleniej Górze (84,1 pkt) turyści wskazywali najczęściej na dyskomfort wypoczynku wynikający z hałasu, wysokich cen oraz zbyt rzadkich kursów autobusów. Ponadto wskazywano takie czynniki, jak: zła pogoda, częste zmiany warunków atmosferycznych, zanieczyszczone powietrze, brak taniej bazy noclegowej, niski poziom usług noclegowych i gastronomicznych, tłok, niski poziom kultury osobistej mieszkańców, jak i turystów oraz brak estetyki (ruiny domów, brzydka architektura nowych osiedli). Ponad połowa respondentów (55%) podała, iż nic jej nie przeszkadza w wypoczynku w tym mieście.

Na piątym miejscu uplasował się Karpacz (68,1 pkt), gdzie największy w całym badanym zespole miast odsetek respondentów wskazał jako źródła dyskomfortu wypoczynku: remonty i zły stan dróg, wąskie ulice, zbyt mało nartostrad oraz ich zły stan, brak placów zabaw dla dzieci oraz brak estetyki (ruiny domów). Niewielka grupa respondentów wymieniła również takie czynniki utrudniające wypoczynek, jak: zanieczyszczone powietrze, hałas, oblodzone i wąskie chodniki, tłumy ludzi oraz samych turystów. Blisko jedna trzecia respondentów (32%) stwierdziła, iż na terenie miasta brak jest czynników, które utrudniałyby wypoczynek.

Najwięcej respondentów wskazało źródła dyskomfortu wypoczynku w Szklarskiej Porębie (54,1 pkt). Największy w zestawieniu badanych miast odsetek respondentów wymienił takie czynniki przeszkadzające w wypoczynku, jak: zła pogoda, niska temperatura, oblodzone i wysokie chodniki, zbyt mało szlaków turystycznych (w tym nadających się do uprawiania narciarstwa biegowego), zły stan nartostrad, mała przepustowość wyciągów narciarskich, zbyt krótko czynne sklepy, tłumy ludzi oraz turyści. Wskazywano również na: zanieczyszczone powietrze, hałas, remonty i zły stan dróg, brak życia nocnego, niski poziom usług noclegowych i gastronomicznych,

wysokie ceny oraz brak czystości. Jedna piąta respondentów (20%) stwierdziła, iż warunki wypoczynku w Szklarskiej Porębie są komfortowe.

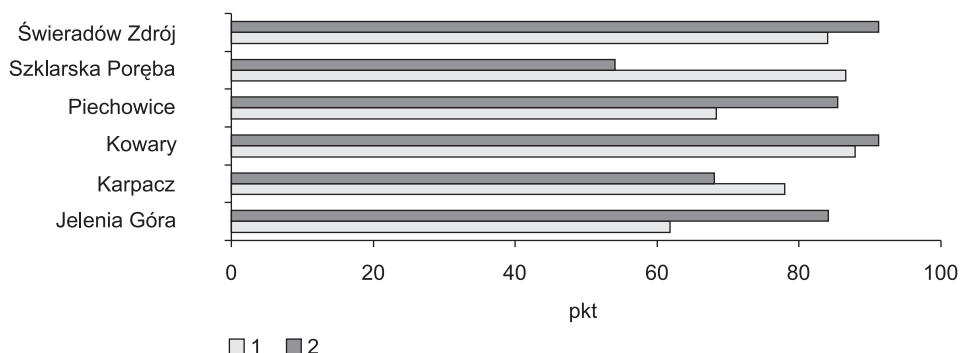
### 5.2.7. Komfort wypoczynku według opinii mieszkańców ( $W_{KM}$ )

Najmniej czynników utrudniających wypoczynek w miejscu zamieszkania wymienili mieszkańcy Kowar (87,9 pkt), wśród nich specyficzne jedynie dla tego miasta, tj. promieniowanie z terenów dawnej kopalni oraz sąsiadów. Poza tym niewielki odsetek respondentów wskazał: zanieczyszczone powietrze, hałas oraz remonty lub zły stan dróg. Znaczna część respondentów (73%) stwierdziła, iż nic im nie przeszkadza w wypoczynku w tym mieście.

Nieznacznie mniejszą liczbę punktów uzyskała Szklarska Poręba (86,6 pkt), w której jako jedynym z badanych miast wskazano takie źródła dyskomfortu wypoczynku, jak: brak wody, niesprawną kanalizację oraz (podobnie jak w Karpaczu) zaniedbane szlaki turystyczne. Wymieniono także zanieczyszczone powietrze, hałas oraz turystów. Więcej niż połowa respondentów (59%) stwierdziła, iż warunki wypoczynku są komfortowe.

W Świeradowie Zdroju (84,0 pkt) największy na tle badanych miast odsetek respondentów wskazał takie czynniki utrudniające wypoczynek, jak: nie oświetlone drogi, turyści oraz brak estetyki (ruiny domów i brzydka architektura nowych osiedli). Ponadto wymieniono zanieczyszczone powietrze oraz hałas. Większa część respondentów (73%) stwierdziła, iż w miejscu zamieszkania brak jest czynników, które utrudniałyby wypoczynek.

W Karpaczu (78,0 pkt) jako jedynym spośród badanych miast respondenci wymienili wśród źródeł dyskomfortu wypoczynku: deniwelacje terenu, zbyt małą liczbę wyciągów narciarskich, zły stan skoczni narciarskiej (grozi zawaleniem), zarządzenia dyrekcji KPN ograniczające jego penetrację oraz brak folkloru. Ponadto wskazano remonty i zły stan dróg oraz turystów. Znamienne jest, iż w Karpaczu najmniejszy w porównaniu z pozostałymi miastami odsetek respondentów wymienił takie czynniki utrudniające wypoczynek, jak zanieczyszczenie powietrza i hałas. Natomiast najwię-



Ryc. 46. Wartość wskaźników syntetycznych komfortu wypoczynku

Wartość wskaźnika syntetycznego komfortu wypoczynku według opinii: 1 – mieszkańców, 2 – turystów

Źródło: opracowanie własne w oparciu o badania ankietowe i wywiady kwestionariuszowe (1995–1998)

ksza grupa respondentów (77%) stwierdziła, iż nic jej nie przeszkadza w wypoczynku w miejscu zamieszkania.

W Piechowicach (68,3 pkt) mieszkańcy najczęściej skarżyli się na, hałas; brak basenu, brak kina, brak oczyszczalni ścieków, niski poziom kultury osobistej mieszkańców, jak i przyjezdnych, chuliganów oraz – analogicznie jak w Jeleniej Górze – na uciążliwość całego miasta (1%). Wśród czynników przeszkadzających w wypoczynku wymieniono także zanieczyszczone powietrze oraz brak estetyki (ruiny domów, brzydka architektura nowych osiedli). Ponad połowa respondentów (61%) stwierdziła, iż w miejscu zamieszkania brak jest czynników, które przeszkadzałyby w wypoczynku.

Ostatnie miejsce zajęła Jelenia Góra (61,8 pkt), w której największa w porównaniu z pozostałymi miastami grupa respondentów skarżyła się na: zanieczyszczone powietrze, niski poziom usług gastronomicznych, tłok (tłumy ludzi), nietrzeźwe osoby, niski poziom kultury osobistej mieszkańców i przyjezdnych oraz brak czystości. Ponadto wskazywano: hałas, remonty dróg, zły stan dróg, chuliganów oraz brak estetyki (ruiny domów, brzydka architektura nowych osiedli). Nikły odsetek (1%) respondentów stwierdził, iż całe miasto jest uciążliwe. Z kolei najmniejsza w zestawieniu badanych miast grupa respondentów (zaledwie 3%) podała, iż w Jeleniej Górze brak jest czynników przeszkadzających w wypoczynku.

#### 5.2.8. „Kompletność” oferty turystycznej ( $W_b$ )

Najmniej braków w ofercie turystycznej miejsca wypoczynku wskazali turyści przebywający w Kowarach (85,8 pkt). W porównaniu z pozostałymi miastami najczęściej uwag dotyczyło braku: ładnej pogody, restauracji z występami grup muzycznych, restauracji z kuchnią międzynarodową, wysokiej jakości usług gastronomicznych, usług rozrywkowych oraz dobrej organizacji wypoczynku dla osób starszych. Niewielki odsetek respondentów wskazał także na brak: koszy na śmieci, dobrej jakości dróg i ulic, odśnieżania dróg, parkingów, dobrej dostępności komunikacyjnej, obiektów noclegowych, kempingów, obiektów sportowych, nartostrad, placów zabaw, wysokiego standardu infrastruktury turystycznej, automatów telefonicznych, atrakcji dla dzieci oraz estetyki i czystości. Część spośród objętych badaniami turystów (6%) stwierdziła, iż oferta turystyczna miasta jest zadowalająca.

Drugie miejsce zajął Świeradów Zdrój (76,0 pkt), w którym największy w porównaniu z innymi miastami odsetek respondentów wskazał na brak: „dobrego” stanu środowiska przyrodniczego, dobrej dostępności komunikacyjnej miasta, dobrego oznakowania dróg, dobrej jakości dróg i ulic, nartostrad, odpowiednio długo czynnych sklepów, wysokiego standardu infrastruktury turystycznej, usług rozrywkowych oraz zróżnicowania oferty usług turystycznych. Ponadto wymieniono brak: schronisk PTTK, oryginalnych kawiarni, dobrej jakości usług gastronomicznych, wyciągów narciarskich, basenów, kortów tenisowych, nartostrad w dobrym stanie (oświetlonych, naśnieżonych), imprez kulturalnych, estetyki budynków, czystości oraz informacji turystycznej na poziomie europejskim. Najmniejszy w porównaniu z innymi miastami odsetek respondentów (2%) stwierdził, iż oferta turystyczna Świeradowa Zdroju jest zadowalająca.



W Piechowicach (66,4 pkt) turyści częściej niż w pozostałych miastach wskazywali na brak: hoteli o wysokim standardzie, lokali gastronomicznych na wysokim poziomie, oryginalnych kawiarni, obiektów sportowych oraz usług rozrywkowych. Turyści skarżyli się również na brak: dobrego oznakowania dróg, basenów, kortów tenisowych, placów zabaw, sklepów, supermarketów oraz atrakcji dla dzieci. Życzyliby sobie także więcej: osób ze znajomością języka angielskiego, uśmiechu oraz informacji turystycznej na europejskim poziomie. Niewielka część respondentów (3%) podała, iż niczego nie brakuje, a oferta turystyczna miasta jest zadowalająca.

W Jeleniej Górze (64,1 pkt) największy na tle badanych miast odsetek respondentów odczuwał w ofercie turystycznej brak: obiektów sportowych, odpowiednio długo czynnych obiektów gastronomicznych, basenów, kortów tenisowych, tras rowerowych, pijalni wód mineralnych, wypożyczalni samochodów, tanich usług (szczególnie noclegowych i gastronomicznych oraz taksówek), toalet miejskich, bezpieczeństwa, zieleni, kwiatów, informacji turystycznej w obcych językach oraz reklamy i promocji (szczególnie za granicą). Turyści wskazywali także na brak: dobrej dostępności komunikacyjnej, dobrego oznakowania dróg, możliwości dogodnej komunikacji na terenie miasta, dobrej jakości dróg, parkingów, schronisk PTTK, oryginalnych kawiarni, nartostrad, wyciągów narciarskich, lodowisk, placów zabaw, odpowiednio długo czynnych sklepów, wypożyczalni sprzętu sportowego i samochodów, wysokiej jakości usług, imprez kulturalnych, atrakcji dla dzieci, czystości oraz dobrze oznakowanych szlaków turystycznych. Nikły odsetek respondentów (2%) stwierdził, iż oferta turystyczna miasta jest zadowalająca.

W Szklarskiej Porębie (54,1 pkt) największa w porównaniu z pozostałymi miastami grupa badanych turystów odczuwała brak: naturalnych akwenów, parkingów, obiektów noclegowych, schronisk PTTK, kempingów, pól namiotowych, lokali gastronomicznych na wysokim poziomie, restauracji z kuchnią regionalną, wysokiej jakości usług gastronomicznych, wyciągów narciarskich, skoczni narciarskich, stadnin koni, tras spacerowych i rowerowych, wypożyczalni sprzętu sportowego, przystosowania obiektów turystycznych do potrzeb osób niepełnosprawnych, tanich usług (noclegowych i gastronomicznych oraz taksówek), toalet miejskich, automatów telefonicznych, bezpieczeństwa, miłej obsługi, profesjonalistów zapewniających obsługę narciarzom, dobrej obsługi wyciągów narciarskich, czystości, dobrze oznakowanych szlaków turystycznych oraz ulg dla studentów. Turyści przebywający w Szklarskiej Porębie skarżyli się także na złą dostępność komunikacyjną miasta, złe oznakowanie i kiepski stan dróg, utrudnioną komunikację na terenie miasta, zły stan środowiska przyrodniczego oraz brak: oryginalnych kawiarni, odpowiednio długo czynnych lokali gastronomicznych, lodowisk, basenów, hal sportowych, kortów tenisowych, placów zabaw, naśnieżonych i oświetlonych nartostrad, infrastruktury turystycznej o wysokim standardzie, rozrywek, sklepów, supermarketów, lokalnego folkloru, imprez kulturalnych, atrakcji dla dzieci, estetyki budynków, zieleni, kwiatów, informacji turystycznej na europejskim poziomie oraz reklamy i promocji (szczególnie za granicą). Niewielki odsetek respondentów (3%) stwierdził, iż w ofercie turystycznej Szklarskiej Poręby nie odczuwa żadnych braków.

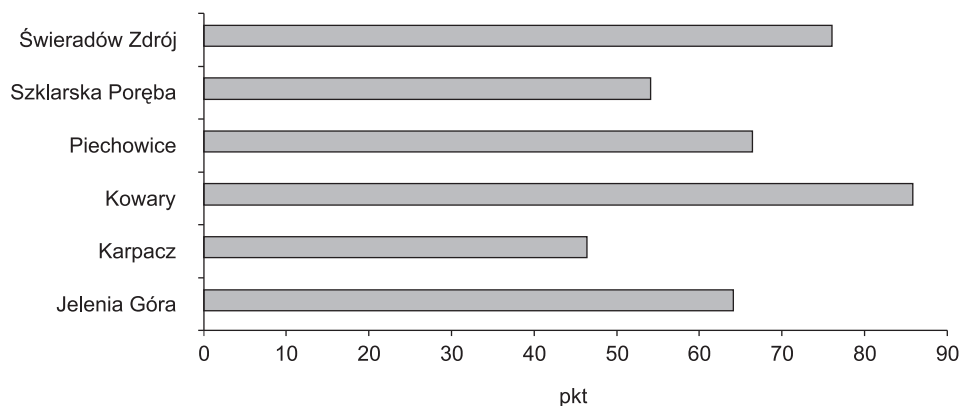
Najwięcej braków w ofercie turystycznej wykazano w Karpaczu (46,4 pkt), gdzie największy w porównaniu z pozostałymi miastami odsetek respondentów



sygnałizował brak: śniegu, koszy na śmieci, lotniska, możliwości dogodnej komunikacji na terenie miasta, dobrej jakości dróg, obiektów noclegowych, hoteli o wysokim standardzie, kempingów, modernizowania bazy noclegowej, lodowisk, basenów, hal sportowych, stadnin koni, placów zabaw, nartostrad w dobrym stanie (naśnieżonych, oświetlonych), sklepów, supermarketów, niskich cen usług, wysokiej jakości usług, automatów telefonicznych, lokalnego folkloru, kin, teatrów, imprez kulturalnych i sportowych (w szczególności organizowanych w plenerze), atrakcji dla dzieci, osób ze znajomością języka angielskiego, alternatywnych programów rekreacji w czasie złej pogody, propagowania wspinaczki górskiej, uśmiechu, estetyki budynków, kwiatów, zieleni oraz informacji turystycznej na europejskim poziomie. Ponadto turyści sygnalizowali istnienie takich źródeł dyskomfortu wypoczynku, jak: zły stan środowiska przyrodniczego, zła dostępność komunikacyjna miasta, zbyt mało parkingów, brak schronisk PTTK, brak lokali gastronomicznych na wysokim poziomie, zbyt krótko czynne obiekty gastronomiczne oraz brak: obiektów sportowych, nartostrad, wyciągów narciarskich, infrastruktury turystycznej o wysokim standardzie, rozrywek, toalet miejskich, bezpieczeństwa, czystości, reklamy i promocji (szczególnie za granicą). Charakterystyczne jest, iż największy w zestawieniu badanych miast odsetek respondentów (8%) stwierdził, że nie odczuwa braków w ofercie turystycznej miejsca wypoczynku.

We wszystkich miastach braki w ofercie turystycznej dotyczyły: dobrej jakości dróg i ulic, usług rozrywkowych i kulturalnych, urządzeń ułatwiających uprawianie sportów zimowych (nartostrad i wyciągów narciarskich) oraz estetyki miasta (w tym przede wszystkim czystości).

Porównując przyczyny braku komfortu wypoczynku wskazywane przez mieszkańców i turystów w badanych miastach z wynikami badań dotyczących tego problemu przeprowadzonych w dużych miastach lub miejscowościach o dużym natężeniu ruchu turystycznego – m.in. w Poznaniu (Sołowiej 1992, 1993, Biderman 1994, 1995), Koninie (Sołowiej 1992), Wisławie (Sołowiej 1992), Międzyzdrojach (Sołowiej 1992, Łyczkowska 1995) oraz miastach byłego województwa gorzowskiego (Sołowiej 1998) – można stwierdzić istnienie wyraźnych analogii. Do głów-



Ryc. 47. Wartość wskaźnika syntetycznego „kompletności” oferty turystycznej

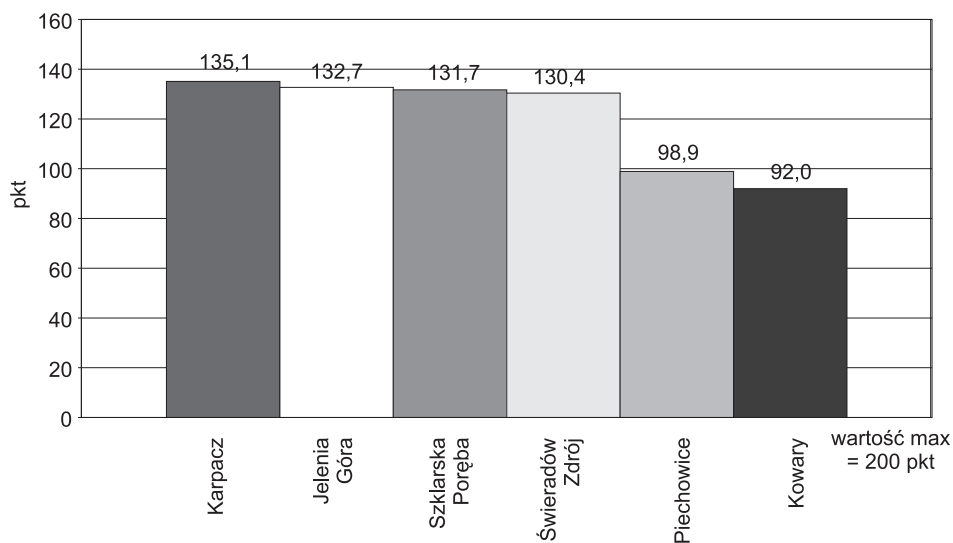
Źródło: opracowanie własne w oparciu o wywiady kwestionariuszowe (1995–1998)

ných przyczyn braku komfortu należą uciążliwości związane ze specyfiką życia w mieście: **zła jakość środowiska przyrodniczego** (przede wszystkim zanieczyszczenie powietrza atmosferycznego i hałas), **zaniedbania w gospodarowaniu przestrzenią miejską** (zły stan dróg, brak estetyki, brud, brak obiektów sportowych i rekreacyjnych oraz wybranych elementów infrastruktury komunalnej), **niska kultura osobista ludzi i tłok** oraz **niski poziom usług**. Z kolei dla Jeleniej Góry, Karpacza, Kowar, Piechowic, Szklarskiej Poręby i Świeradowa Zdroju charakterystyczne są uciążliwości związane z ich górskim położeniem, tj. częste zmiany pogody oraz deniwelacje terenu.

### 5.3. Wynik oceny integralnej potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich

Ocena kompleksowa potencjału turystycznego badanych miast przeprowadzona według wzoru (1.8) wykazała, iż najbardziej przydatne i atrakcyjne dla rozwoju ruchu turystycznego są Karpacz i Szklarska Poręba, następnie Jelenia Góra i Świeradów Zdrój, a najmniej Piechowice i Kowary (ryc. 48).

Dla **Karpacza (135,1 pkt)** charakterystyczna jest wysoka ocena jego atrakcyjności turystycznej. Miasto to uzyskało najwyższą spośród wszystkich badanych miast wartość wskaźnika atrakcyjności turystycznej zarówno według opinii turystów, jak i pracowników WKSiT UM, natomiast wartością tego wskaźnika według opinii mieszkańców ustępowało jedynie Szklarskiej Porębie. Wysoko oceniono jego ofertę turystyczną. Turyści przebywający w Karpaczu wyrazili najwyższe w porównaniu z pozostałymi miastami zadowolenie z istniejącej oferty turystycznej, przy czym równocześnie największy odsetek turystów wskazał braki w tej ofercie. Karpacz osiągnął wysoką pozy-



Ryc. 48. Wynik oceny integralnej potencjałów turystycznych badanych miast

cję także i w rankingu potencjałów turystycznych badanych miast dokonany z punktu widzenia teoretyka (drugie miejsce za Jelenią Górą). Znamienne jest częste wymienianie zarówno przez jego mieszkańców, jak i przebywających w nim turystów źródeł dyskomfortu wypoczynku. Pod względem wartości wskaźnika syntetycznego komfortu wypoczynku według opinii mieszkańców Karpacz zajął czwartą pozycję (przed Jelenią Górą i Piechowicami), natomiast po względem wartości tego wskaźnika według opinii turystów zajął piąte miejsce (przed Szklarską Porębą).

**Jelenia Góra (132,7 pkt)** osiągnęła najwyższą pozycję w rankingu miast dokonanym w oparciu o analizę ich potencjału turystycznego. Także wysoko została oceniona jej atrakcyjność turystyczna – przede wszystkim przez turystów (trzecia pozycja za Karpaczem i Szklarską Porębą), nieco niżej przez pracowników WKSiT UM (czwarte miejsce przed Kowarami i Piechowicami) i najniżej przez mieszkańców (piąta pozycja przed Kowarami). Turyści wysoko ocenili warunki wypoczynku w tym mieście. Wartością wskaźnika syntetycznego komfortu wypoczynku Jelenia Góra ustępuje jedynie Kowarom i Piechowicom. Charakterystyczne jest jednak częste wskazywanie braków w ofercie turystycznej przez przebywających w mieście turystów (więcej braków wskazano jedynie w ofertach Karpacza i Szklarskiej Poręby). W mieście tym także największa część spośród objętych badaniami mieszkańców skarżyła się na różne czynniki powodujące dyskomfort wypoczynku w miejscu zamieszkania.

Równie wysoko oceniono atrakcyjność turystyczną **Szklarskiej Poręby (131,7 pkt)**. Uzyskała ona najwyższą w zestawieniu badanych miast wartość wskaźnika syntetycznego atrakcyjności turystycznej według opinii mieszkańców, natomiast wartością tego wskaźnika obliczonego w oparciu o wypowiedzi turystów i urzędników ustępowała jedynie Karpaczowi. Wysoko zostały ocenione również warunki wypoczynku w tym mieście przez jego mieszkańców. Mniej czynników powodujących dyskomfort wypoczynku wymieniono jedynie w przypadku Kowar. Szklarska Poręba zajęła także wysoką pozycję w rankingu miast dokonanym w oparciu o analizę potencjału turystycznego z punktu widzenia badacza (trzecie miejsce za Jelenią Górą i Karpaczem). Niski natomiast był stopień zadowolenia przebywających w niej turystów z jej oferty turystycznej. Pod względem wartości wskaźnika stopnia zadowolenia z tej oferty miasto zajęło piątą pozycję (plasując się przed Świeradowem Zdrojem). Turyści wskazywali także na liczne braki w ofercie turystycznej miasta, które odczuwali podczas pobytu w nim. Więcej braków w ofercie turystycznej wymieniono tylko w odniesieniu do Karpacza. Spośród wszystkich badanych miast warunki wypoczynku zostały najniżej ocenione właśnie w Szklarskiej Porębie, przy czym największy odsetek respondentów wskazał czynniki utrudniające rekreację.

**Świeradów Zdrój (130,4 pkt)** cechuje najwyższa ocena atrakcyjności turystycznej dokonana w oparciu o wypowiedzi urzędników WKSiT UM, a także wysokie zadowolenie z warunków wypoczynku przebywających w nim turystów. Miasto to uzyskało najwyższą wartość wskaźnika komfortu wypoczynku obliczonego w oparciu o wypowiedzi turystów. Turyści ocenili także wysoko atrakcyjność turystyczną tego miasta (druga pozycja za Karpaczem) oraz wymienili niewiele – w porównaniu z pozostałymi miastami – braków w ofercie turystycznej, jakie odczuli podczas pobytu (mniej braków wymieniono jedynie w odniesieniu do oferty Kowar). Także mieszkańcy wskazali niewiele czynników utrudniających wypoczynek w tym mieście (więcej

niż jedynie w Kowarach i Szklarskiej Porębie). Nisko natomiast ocenili atrakcyjność turystyczną miejsca zamieszkania na tle pozostałych badanych miast (czwarta pozycja przed Kowarami i Jelenią Górą). Świeradów Zdrój zajął także niską pozycję w rankingu miast dokonanym na podstawie analizy ich potencjału turystycznego (czwarte miejsce przed Kowarami i Piechowicami) oraz najniższą ze względu na stopień zadowolenia z oferty turystycznej przebywających w nim turystów.

Dla **Piechowic (98,9 pkt)** znamienne są: wysoki w porównaniu z pozostałymi miastami stopień zadowolenia turystów z oferty turystycznej (bardziej zadowoleni byli jedynie turyści przebywający w Karpaczu) oraz mała liczba czynników utrudniających wypoczynek wskazywanych przez turystów (mniej czynników tego typu wymieniono jedynie w Kowarach). Atrakcyjność turystyczna Piechowic została oceniona wysoko zarówno przez turystów, jak i mieszkańców – pod względem wartości wskaźnika atrakcyjności turystycznej miasto ustępuje jedynie Karpaczowi i Szklarskiej Porębie. Natomiast wartość tego wskaźnika obliczona na podstawie wypowiedzi pracowników WKSiT UM była najniższa w całym badanym zbiorze miast (identyczna jak dla Jeleniej Góry i Kowar). Przebywający w Piechowicach turyści wymienili stosunkowo niewiele braków w ofercie turystycznej tego miasta (więcej niż jedynie w Kowarach i Świeradowie Zdroju). Charakterystyczna jest także niska ocena stopnia komfortu wypoczynku w tym mieście dokonana przez jego mieszkańców. Znaczna część respondentów wskazała czynniki utrudniające wypoczynek w miejscu zamieszkania (więcej źródeł dyskomfortu wypoczynku wymieniono jedynie w Jeleniej Górze). Piechowice zajęły ostatnią pozycję w rankingu dokonanym w oparciu o analizę porównawczą potencjałów turystycznych badanych miast.

W **Kowarach (92,0 pkt)** turyści wskazali najmniej braków w ofercie turystycznej w stosunku do pozostałych miast, a z kolei zarówno turyści, jak i mieszkańcy zidentyfikowali najmniej czynników przeszkadzających w wypoczynku. Także stopień zadowolenia z oferty turystycznej Kowar był wysoki (wyżej oceniono jedynie ofertę turystyczną Karpacza i Szklarskiej Poręby). Nisko natomiast oceniono atrakcyjność turystyczną miasta. Wartość wskaźnika atrakcyjności turystycznej obliczona w oparciu o wypowiedzi urzędników była najniższa w badanym zbiorze miast (identyczna jak w przypadku Jeleniej Góry i Piechowic), podobnie jak wartość wskaźnika oparta na opinii turystów i mieszkańców. W rankingu dokonanym na podstawie analizy porównawczej potencjałów turystycznych badanych miast Kowary uplasowały się dopiero na piątej pozycji (przed Piechowicami).

## 5.4. Podsumowanie

Przedstawione wyniki analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast oraz wypowiedzi respondentów pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

- 1) O atrakcyjności badanych miast decydują w opinii respondentów przede wszystkim walory przyrodnicze (w tym ukształtowanie terenu) oraz położenie w strefie przygranicznej.

- 2) Jedynie w Jeleniej Górze – mieście dysponującym największym potencjałem turystycznym według analizy przeprowadzonej przy zastosowaniu metody Bellinger (1994) – wskazywano często także na dużą siłę przyciągania uzdrowiska, zabytków i zakładów przemysłowych, co potwierdza zróżnicowany charakter oferty turystycznej tego miasta, wyróżniającego się pod tym względem na tle badanego zbioru.
- 3) W oparciu o wypowiedzi pracowników administracji państwowej dotyczące głównych walorów turystycznych badanych miast można wyodrębnić dwie grupy:
  - miasta o ściśle sprecyzowanym kierunku specjalizacji, w których rozwój funkcji turystycznej bazuje przede wszystkim na walorach przyrodniczych (Karpacz, Szklarska Poręba i Świeradów Zdrój);
  - miasta o zróżnicowanej ofercie turystycznej, w których podkreśla się istnienie nie wykorzystanych dotąd zasobów potencjału turystycznego, alternatywnych wobec walorów przyrodniczych, dających możliwość rozwoju form turystyki bezkonkurencyjnych w stosunku do rozwijających się w miastach wymienionych powyżej (Jelenia Góra, Kowary i Piechowice).
- 4) W miastach o najmniejszym natężeniu ruchu turystycznego, które zajęły także ostatnie pozycje w rankingu potencjałów turystycznych (Kowary i Piechowice), znamienna jest duża pomysłowość pracowników administracji państwowej w zakresie poszukiwania osobliwych i odmiennych w stosunku do sąsiedztwa walorów turystycznych, mogących stanowić podstawę dla rozwoju form turystyki bezkonkurencyjnych wobec pozostałych badanych miast.
- 5) Dla miast o największym natężeniu ruchu turystycznego i o dużej atrakcyjności turystycznej (Karpacz, Szklarska Poręba, Jelenia Góra) charakterystyczny jest niski stopień komfortu wypoczynku oraz mała „kompletność” oferty turystycznej. Turyści wskazywali w nich najwięcej braków w ofercie turystycznej, co nie wynika z rzeczywistego stanu tej oferty, lecz raczej z preferencji określonego typu rekreanta.
- 6) Główne przyczyny dyskomfortu wypoczynku w badanych miastach należą do typowych uciążliwości miejskich, zidentyfikowanych także w innych miastach Polski.
- 7) Zestawienie wypowiedzi turystów dotyczących czynników utrudniających wypoczynek z brakami w ofercie turystycznej odwiedzanych miast wykazuje ich ambiwalentny charakter. Z jednej strony turyści skarżą się na tłok i zbyt dużą liczbę odwiedzających, a z drugiej postulują rozbudowę infrastruktury turystycznej (szczególnie bazy noclegowej i gastronomicznej oraz obiektów sportowo-rekreacyjnych), czyli zwiększenie pojemności turystycznej miast, a co za tym idzie wzrost natężenia ruchu turystycznego.
- 8) Znamienny dla wszystkich miast jest odczuwany przez turystów brak alternatywnej oferty spędzania czasu wolnego podczas złej pogody (uniemożliwiającej wyjście w góry) oraz kulturalno-rozrywkowej oferty życia wieczorno-nocnego.
- 9) Ocena integralna ma charakter etapowy, tzn. stosuje się w niej metodę kolejnych przybliżeń. Na etapie wstępnym syntezę stanowią oceny dokonane z punktu widzenia różnych podmiotów, a następnie przeprowadza się syntezę tych ocen i dokonuje się właściwego ustalenia wagi ocen cząstkowych.

- 
- 10) Wynik wieloaspektowej oceny integralnej jest uzależniony od właściwego doboru cech badanego przedmiotu.
  - 11) Trudności związane z dokonywaniem oceny integralnej są spowodowane przede wszystkim koniecznością sprowadzenia wyników ocen cząstkowych do jednakowego stopnia szczegółowości (tj. wyrażenia ich za pomocą identycznej jednostki miary). Problem ten dotyczy przede wszystkim oceny atrakcyjności turystycznej, która jest trudna do uchwycenia w sposób wymierny.

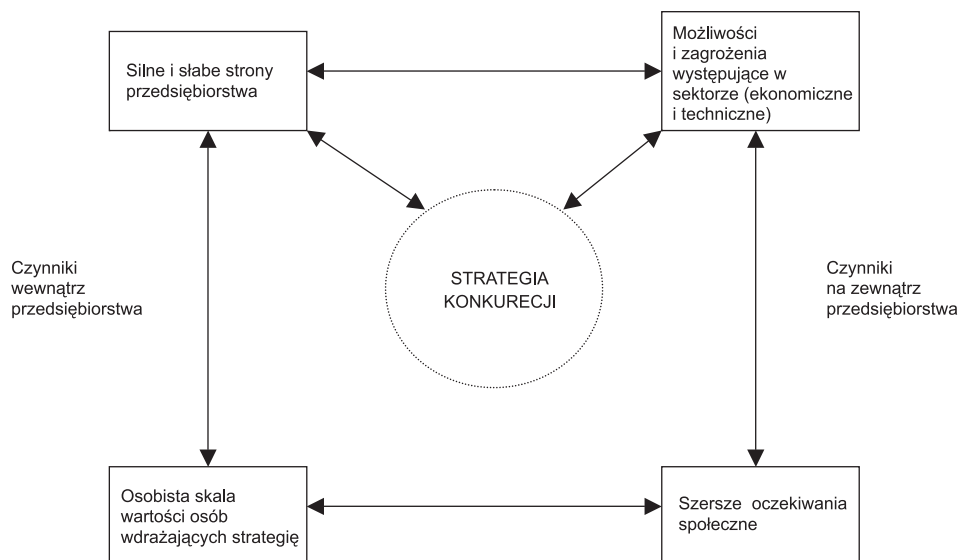
# Rozdział 6

## Synteza wyników badań

Wyniki przeprowadzonych analiz pozwalają na sformułowanie wniosków dotyczących czynników wewnętrznych warunkujących rozwój turystyki w danych miastach, czyli określenie silnych i słabych stron każdego z nich na tle badanego zbioru. Pozwalają one także na wskazanie form turystyki optymalnych dla każdego miasta, zarówno ze względu na jego predyspozycje, jak i potencjał turystyczny miast sąsiednich.

### 6.1. Silne i słabe strony potencjałów turystycznych badanych miast

Silne i słabe strony stanowią jeden z podstawowych czynników uwzględnianych w trakcie formułowania strategii konkurencji (ryc. 49). Silne i słabe strony „wyznaczają profil relatywnych aktywów przedsiębiorstwa i umiejętności w porównaniu z konkurentami, w tym zasobów finansowych, poziomu technicznego, stopnia wyrobienia marki itp. (...). W połączeniu z wartościami personalnymi określają wewnętrzne (z punktu widzenia firmy) granice strategii konkurencji, które dana firma może z powodzeniem stosować” (Porter 1999).



Ryc. 49. Kontekst, w którym formuluje się strategię konkurencji (Porter 1999)



Wybrane miasta posiadają wiele cech wspólnych zarówno pod względem specyfiki zasobów środowiska przyrodniczego, jak i kulturowego. Podjęto zatem próbę zidentyfikowania silnych i słabych stron znamiennej dla wszystkich miast (tab. 45). Następnie określono silne i słabe strony typowe dla potencjału turystycznego każdego z miast (tab. 46–51) oraz wskazano cechy bezkonkurencyjne wobec pozostałych badanych miast, mogące stanowić podstawę dla formułowania strategii rozwoju turystyki, w tym kreowania wizerunku miejscowości turystycznej.

Każde miasto rozpatrzono oddzielnie, wskazując pozycję, jaką zajęło w badanym zbiorze pod względem wartości wskaźników syntetycznych informujących o jego przydatności i atrakcyjności turystycznej. Przyjęto, że jeśli pod względem wartości danego wskaźnika syntetycznego cechy mającej wpływ na potencjał turystyczny miasto zajęło pierwszą, drugą lub trzecią pozycję, to cecha ta stanowi silną stronę, natomiast jeśli uplasowało się na czwartej, piątej lub szóstej pozycji, to cecha ta zalicza się do słabych stron potencjału turystycznego. Poniżej przedstawiono silne i słabe strony potencjału turystycznego każdego z badanych miast ze szczególnym zwróceniem uwagi na cechy osobliwe (tj. cechy bezkonkurencyjne).

#### 6.1.1. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Karpacza

Do **atutów** potencjału turystycznego Karpacza należą:

- atrakcyjne **walory środowiska przyrodniczego**, w tym przede wszystkim Karłowoski Park Narodowy i jego główne osobliwości: Śnieżka oraz Wielki i Mały Staw, dobry stan środowiska przyrodniczego, status stacji klimatycznej;
- **walory kulturowe** o ponadregionalnej randze: Świątynia Wang, kaplica św. Wawrzyńca, atrakcyjne, urokliwe schroniska górskie (m.in. „Samotnia”, „Strzecha Akademicka” i „Schronisko na Śnieżce”), historie i legendy o Duchu Gór, Walończykach i laborantach, tradycje rozwoju turystyki zimowej (centrum saneczkarstwa), tradycje rozwoju zielarstwa;
- dobrze rozwinięta **baza materialno-techniczna rekreacji**, w szczególności: baza noclegowa, obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne (m.in. skocznia narciarska, wyciąg krzesełkowy na Małą Kopę), dobrze rozwinięta sieć informacji turystycznej;
- dbałość o promocję turystyczną miasta, sprecyzowany image miejscowości turystycznej jako centrum sportów zimowych, górską miejscowość wypoczynkowa, renoma miejscowości;
- bardzo wysoka ocena atrakcyjności turystycznej według opinii turystów i pracowników WKSiT UM oraz wysoka według opinii mieszkańców;
- wysoka jakość usług – bardzo wysoki stopień zadowolenia turystów z oferty turystycznej.

Do **słabych stron** potencjału turystycznego Karpacza należą:

- zła dostępność komunikacyjna;
- mało atrakcji kulturowych: zabytków, instytucji, osobliwości kulturalnych, imprez kulturalnych;
- liczne braki w ofercie turystycznej wskazywane przez przebywających w mieście turystów;

- mało lokali gastronomicznych, usług handlowych i medycznych;
- niskie poczucie bezpieczeństwa turystów;
- występowanie wielu źródeł dyskomfortu wypoczynku;
- małe zróżnicowanie oraz mała kontrastowość zajęć rekreacyjnych, brak alternatywnych programów rekreacji w czasie złej pogody.

### 6.1.2. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Jeleniej Góry

Do **atutów** potencjału turystycznego Jeleniej Góry należą:

- bogactwo **walorów kulturowych**: liczne zabytki (m.in. Zamek Chojnik, Stare Miasto, Starówka Cieplic), teatr, filharmonia, imprezy kulturalne o randze międzynarodowej (m.in. Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych);
- mineralne wody termalne;
- uzdrowisko Cieplice o wielowiekowej tradycji;
- bardzo dogodne warunki atmosferyczne dla uprawiania szybownictwa („zagłębienie diamentowe”);
- najlepsza w skali badanych miast dostępność komunikacyjna oraz możliwość komunikacji na terenie miasta;
- bardzo dobrze rozwinięte elementy bazy materialno-technicznej rekreacji, m.in. baza gastronomiczna, usługi rozrywkowe, handlowe, medyczne, bankowe oraz infrastruktura komunalna;
- największa liczba osób zatrudnionych w obsłudze ruchu turystycznego;
- sprawny system informacji turystycznej;
- zróżnicowanie oferty turystycznej, o czym świadczy zróżnicowanie i kontrastowość realizowanych przez turystów zajęć rekreacyjnych.

Do **słabych stron** potencjału turystycznego Jeleniej Góry należą:

- mniejsza niż w pozostałych miastach przydatność i atrakcyjność środowiska przyrodniczego dla potrzeb turystyki, zły stan środowiska przyrodniczego;
- niskie poczucie bezpieczeństwa przebywających w mieście turystów;
- niska ocena atrakcyjności turystycznej w opinii mieszkańców i turystów;
- niski stopień zadowolenia z oferty turystycznej miasta;
- występowanie wielu uciążliwości powodujących dyskomfort wypoczynku (w opinii mieszkańców);
- liczne braki w ofercie turystycznej odczuwane przez turystów.

### 6.1.3. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Szklarskiej Poręby

Do **atutów** potencjału turystycznego Szklarskiej Poręby należą:

- największe bogactwo **walorów przyrodniczych**, w tym przede wszystkim Karłowicki Park Narodowy i jego główne osobliwości: Szrenica, Łabski Szczyt, Wodospad Kamieńczyka, stacja klimatyczna;
- dobra dostępność komunikacyjna miasta, przejście graniczne w Jakuszycach;
- osobliwe **walory kulturowe**: tradycje szklarstwa (najstarsza w Sudetach huta szkła z połowy XIV w., zjawisko „kroczonej osady”), tradycje produkcji kwasu

siarkowego (Witrolejnia Prellera), tradycje tkactwa chałupniczego i wyrobu pamiątek, tradycje rozwoju turystyki (w tym specjalności regionu – zjazdu rogatymi saniami), siedziba Partii Zielonych, domy: braci Hauptmannów, V. Hofmana i innych artystów;

- renoma miejscowości, dbałość o promocję turystyczną miasta, sprecyzowany image: centrum sportów zimowych, miejscowość wczasowa;
- dobrze rozwinięta **baza materialno-techniczna** rekreacji: baza noclegowa, gastronomiczna, infrastruktura konferencyjna, obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne (w tym wyciąg krzesełkowy na Szrenicę), wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, usługi handlowe i bankowe;
- wiele imprez kulturalnych i sportowych o charakterze cyklicznym;
- liczny personel obsługujący ruch turystyczny;
- sprawny system informacji turystycznej;
- wysokie poczucie bezpieczeństwa turystów, wysoka ocena atrakcyjności turystycznej miasta z punktu widzenia turystów, mieszkańców i pracowników WKSiT UM, mało czynników przeszkadzających w wypoczynku (wg opinii mieszkańców).

Do **słabych stron** potencjału turystycznego Szklarskiej Poręby należą:

- ograniczona komunikacja na terenie miasta;
- mało usług rozrywkowych i medycznych, słabo rozwinięta infrastruktura komunalna;
- mało zabytków, instytucji i osobliwości kulturowych;
- niski budżet miasta;
- bardzo niska ocena gościnności ludności miejscowej dokonana przez turystów, niski stopień zadowolenia z oferty turystycznej;
- liczne źródła dyskomfortu wypoczynku wskazywane przez wypoczywających w tym mieście turystów oraz liczne braki w ofercie turystycznej.

#### 6.1.4. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Świeradowa Zdroju

Do **atutów** potencjału turystycznego Świeradowa Zdroju należą:

- **walory środowiska przyrodniczego**, w tym szczególnie wody mineralne i bodźcowość klimatu;
- **walory kulturowe**: legendy i podania o łużyckim bożku Lwincu, tradycyjne dziedziny działalności rzemieślniczej (przetwórstwo drewna, włókiennictwo chałupnicze, szlifierstwo szkła, stolarstwo, bednarstwo, tokarstwo), największa w sudeckich uzdrowiskach kryta hala spacerowa (pijalnia wód mineralnych), działalność uzdrowiskowa o wielowiekowej tradycji, tradycje rozwoju sportów zimowych, liczne zabytki i osobliwości kulturalne;
- dobra dostępność komunikacyjna miasta, drogowe przejście graniczne do Czech;
- brak tłoku, cisza, spokój;
- wysoki budżet miasta;

- wysoka ocena atrakcyjności turystycznej z punktu widzenia turystów, mieszkańców i pracowników WKSiT UM;
  - bardzo wysoka ocena stopnia komfortu wypoczynku (niewiele czynników utrudniających wypoczynek wskazywanych zarówno przez turystów, jak i mieszkańców), bardzo wysoka ocena gościnności mieszkańców;
  - dobrze rozwinięte takie elementy **bazy materialno-technicznej** rekreacji, jak: baza gastronomiczna, wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, infrastruktura konferencyjna, usługi rozrywkowe i medyczne;
  - „kompletność” oferty turystycznej – niewiele braków wskazywanych przez turystów.
- Do **słabych stron** potencjału turystycznego Świeradowa Zdroju należą:
- zły stan środowiska przyrodniczego;
  - słabo rozwinięte takie elementy bazy materialno-technicznej rekreacji, jak: baza noclegowa, obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, usługi handlowe i bankowe, infrastruktura komunalna;
  - niska liczba imprez kulturalnych i sportowych;
  - niska liczba osób zatrudnionych w obsłudze ruchu turystycznego;
  - bardzo niskie poczucie bezpieczeństwa turystów;
  - mało działań promujących ofertę turystyczną miasta, niski stopień zadowolenia z oferty turystycznej.

#### 6.1.5. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Piechowic

Do **atutów** potencjału turystycznego Piechowic należą:

- **walory przyrodnicze:** Karkonoski Park Narodowy i jego główne osobliwości: Śnieżne Kotły, Czarny Kocioł Jagniątkowski, Wielki Szyszak, Wodospad Szklarki (enklawa KPN), Bobrowe Skały, 700-letni cis (pomnik przyrody);
- **walory kulturowe:** tradycje szklarstwa (przy hucie szkła działała wzorownia – muzeum kryształów), tkactwa, produkcji siodeł, skrzypiec, ozdób z drewna, wyrobów z brązu, maszyn elektrycznych, leków i szybowców, tradycje rozwoju turystyki letniskowej (szczególnie w dzielnicy Michałowice), dom laureata Nagrody Nobla G. Hauptmanna (Jagniątków), prywatne teatry, zabytkowa zabudowa centrum Piechowic, Jagniątkowa, Michałowic oraz Piastowa;
- małe natężenie ruchu turystycznego, dogodne warunki dla rozwoju turystyki „wyciszonej”, rodzinnej;
- dobre warunki do uprawiania wspinaczki skałkowej (Bobrowe Skały – alternatywa odciążenia Gór Sokolich);
- oferta dogodna dla turystów najmniej zamożnych;
- liczne usługi bankowe;
- najlepszy w skali badanych miast stan środowiska przyrodniczego;
- bardzo wysokie poczucie bezpieczeństwa turystów;
- wysoki stopień zadowolenia z oferty turystycznej;
- wysoki stopień komfortu wypoczynku według opinii mieszkańców;
- wysoka atrakcyjność turystyczna według opinii pracowników WKSiT UM;

- „kompletność” oferty turystycznej – niewiele braków wskazywanych przez turystów.  
Do **słabych stron** potencjału turystycznego Piechowic należą:
- dostępność komunikacyjna miasta oraz możliwości komunikacji na jego terenie;
- słabo rozwinięta baza materialno-techniczna turystyki, w tym szczególnie: baza noclegowa i gastronomiczna, infrastruktura konferencyjna, obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, usługi rozrywkowe, handlowe i medyczne, infrastruktura komunalna;
- niski budżet miasta;
- niska liczba pracowników obsługujących ruch turystyczny;
- niska ocena gościnności mieszkańców;
- mało działań promujących ofertę turystyczną miasta;
- niska ocena atrakcyjności turystycznej (zarówno w opinii turystów, jak i mieszkańców);
- wiele źródeł powodujących dyskomfort wypoczynku (w opinii mieszkańców).

#### 6.1.6. Silne i słabe strony potencjału turystycznego Kowar

Do **atutów** potencjału turystycznego Kowar należą:

- **walory kulturowe:** tradycje rozwoju górnictwa żelaza i tkactwa (jeden z największych na Śląsku ośrodków produkcji płótna), tradycje produkcji wysokiej jakości dywanów smyreńskich, ośrodek „kowarskiej szkoły” rysowników i rytowników, miejsce twórczości grafika J. Gielniaka, liczne zabytki i imprezy kulturalne, tradycje rozwoju zimowych form rekreacji, w tym specjalności regionu: zjazdów rogatymi saniami (z przełęczy Okraj do mostu na Jedlicy – najdłuższa trasa w Karkonoszach), miejsce martyrologii z czasów II wojny światowej (filia obozu koncentracyjnego Gross Rosen), pozostałości po kopalni uranu;
  - status uzdrowiska w rozwoju, bazującego na wodach radoczących, inhalatorium radonowe, sanatoryjne obiekty zabytkowe: „Bukowiec” i „Wysoka Łąka”;
  - dogodne warunki dla rozwoju lotniarstwa i paralotniarstwa oraz wspinaczki skałkowej;
  - największe w skali badanych miast poczucie komfortu wypoczynku (zarówno w opinii turystów, jak i mieszkańców) oraz najmniej braków w ofercie turystycznej wskazywanych przez turystów;
  - wysokie poczucie bezpieczeństwa turystów, wysoki stopień zadowolenia z oferty turystycznej, wysoka atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM;
  - dobrze rozwinięte takie elementy bazy materialno-technicznej rekreacji, jak: usługi handlowe, medyczne i bankowe, infrastruktura komunalna;
  - drogowe przejście graniczne na przełęczy Okraj;
  - małe natężenie ruchu turystycznego.
- Do **słabych stron** potencjału turystycznego Kowar należą:
- słabo rozwinięte elementy bazy materialno-technicznej rekreacji, takie jak: baza noclegowa, infrastruktura konferencyjna, baza gastronomiczna, obiekty

- i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, wyposażalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego, usługi rozrywkowe;
- niewielka liczba osób zatrudnionych w obsłudze ruchu turystycznego;
  - zła dostępność komunikacyjna miasta i ograniczone możliwości komunikacji na jego terenie;
  - mało działań promujących ofertę turystyczną miasta (miejscowość jest słabo znana);
  - niska ocena atrakcyjności turystycznej miasta oraz gościnności miejscowej ludności (wg opinii mieszkańców i turystów);
  - mała atrakcyjność walorów przyrodniczych, zły stan środowiska przyrodniczego;
  - niski budżet miasta.

## 6.2. Proponowane formy turystyki oraz programy rekreacji

„Wiele względów (w tym ekonomiczne, techniczne, a także »ekologiczne«) sprawiło, że sterowanie masowym ruchem rekreacyjnym jest najbardziej opłacalne i uznane za racjonalne, gdy uczestnicy tego ruchu zachowują się w sposób z góry zaplanowany i przewidziany przez jego organizatorów” (Bell 1997, za Wojciechowski 1999). Celem tego sterowania jest zminimalizowanie zaburzeń w funkcjonowaniu miejscowości turystycznej i zmaksymalizowanie dochodów pieniężnych pochodzących z obsługi ruchu turystycznego (Stalski 1985). „U podstaw strategii rozwoju turystyki leży najczęściej wzrost dochodów lokalnych społeczności z turystyki. Nie chodzi więc o wzrost liczby odwiedzających, lecz o wzrost wydatków w czasie odwiedzin, o taki rozwój infrastruktury miejscowości czy regionów, który sprawiłby wzrost wydatków przy minimalizacji zagrożeń środowiskowych. Strategia, aby nie niszczyć środowiska zaoferować turystyce możliwość wydania jak największej sumy pieniędzy, jest jedną z najpopularniejszych na świecie” (Łopociński 1996).

Mając na uwadze wymienione cele oraz fakt, iż znaczną część terytoriów badanych miast stanowią obszary cenne przyrodniczo i prawnie chronione, podczas opracowywania propozycji form turystyki optymalnych dla każdego z miast kierowano się zasadami rozwoju turystyki „nieagresywnej” dla środowiska przyrodniczego zaproponowanymi przez Pietrzaka i Sołowiej (1999). Oparto się również na zasadach udostępniania poszczególnych stref ochronnych Karkonoskiego Parku Narodowego dla turystyki, przedstawionych w *Operacie udostępniania Parku dla turystyki* (1996), a ponadto uwzględniono wytyczne dotyczące wiodących i komplementarnych form turystyki dla badanych miast zawarte w *Strategii kształtowania produktu turystycznego regionu Sudeckiego* (Rapacz 1997; Rapacz 1998a) oraz wytyczne zawarte w *Studium zagospodarowania przestrzennego woj. jeleniogórskiego* (Korzeń 1996).

Zastosowano zaproponowane przez Pietrzaka i Sołowiej (1999) zasady, takie jak:

- podrzędność funkcji turystycznej wobec funkcji ekologicznej;
- strefowanie funkcji turystycznej;
- hierarchizacja form turystyki;



Tabela 1.1. Proponowane formy turystyki oraz programy rekreacji w odniesieniu do badanych miast

Proponowane programy rekreacji w strefie:			
Formy turystyki	„centrum”		„peryferia”
	Karkonoski Park Narodowy		pozostałe tereny
	Karpacz		
wiodące: turystyka kwalifikowana, krajoznawcza (przyrodniczo-edukacyjna), alternatywna (centrum zielarstwa)	wypoczynek rodzinny (spacery, zabawy na świeżym powietrzu [w ogródkach jordanowskich dla dzieci i „śnieżnych ogródkach”], wyprawy po trasie tematycznej „U Ducha Gór”); wypoczynek aktywny (np. w siłowniach i klubach fitness, skoki na linie bungee ze skoczni Orlinek); wypoczynek w stylowych kawiarniach, restauracjach, barach, herbaciarniach, ogródkach kawiarńianych, pensjonatach, malowniczo usytuowanych domach wypoczynkowych stanowiących dogodne punkty widokowe;	piesza i rowerowa turystyka górska po wyznaczonych szlakach; wyprawy o charakterze edukacyjnym i hobbystycznym: wędrówki po ścieżkach dydaktycznych, edukacja ekologiczna w ośrodku muzealno-dydaktycznym KPN, wyprawy florystyczne w celu poznania ziół i szaty roślinnej Karkonoszy (połączone z pobytami w gospodarstwach zielarskich), wyprawy geologiczne „Śladami Walończyków” (nauka rozpoznawania skał i minerałów, poznanie historii i budowy geologicznej Karkonoszy), wyprawy fotograficzne, obserwacja krajobrazu (np. z wyciągu krzesełkowego na Małą Kopę);	zajęcia hobbystyczne: nauka rozpoznawania i stosowania ziół, pobyty w gospodarstwach zielarskich, degustacja miejscowych produktów zielarskich i produktów z dodatkiem ziół, nauka w szkole wspinalczki skałkowej; wspinalczka skałkowa (Krucze Skały);
komplementarne: turystyka zdrowotna, konferencyjna, konsumencka, etniczna, sentymentalna	zwiedzanie: Muzeum Sportu i Turystyki Regionu Karkonoszy, Muzeum Zabawek, Świątyni Wang; udział w konferencjach, kongresach, zjazdach; udział w imprezach kulturalnych, rozrywkowych, wieczorno-nocnych oraz organizowanych w czasie złej pogody; pobyty w sanatoriach; obserwacje krajobrazu z urządzonych punktów widokowych (np. ze szczytu skoczni Orlinek); zakupy oryginalnych produktów, np. wyrobów zielarskich	z wypraw florystyczne w celu poznania ziół i szaty roślinnej Karkonoszy (połączone z pobytami w gospodarstwach zielarskich), wyprawy geologiczne „Śladami Walończyków” (nauka rozpoznawania skał i minerałów, poznanie historii i budowy geologicznej Karkonoszy), wyprawy fotograficzne, obserwacja krajobrazu (np. z wyciągu krzesełkowego na Małą Kopę); uprawianie sportów zimowych (narciarstwo zjazdowe, narciarstwo biegowe, skoki narciarskie, saneczkarstwo); udział w imprezach sportowych	zwiedzanie jaskiń; kajakerstwo górskie (poniżej tamy na Łomnicy); uprawianie sportów zimowych (narciarstwo zjazdowe, saneczkarstwo, snowboarding) w stacjach sportów zimowych na os. Skalnym i os. Zarzecze; narciarstwo biegowe, turystyka piesza, turystyka rowerowa, hippika (na wyznaczonych szlakach); obserwowanie i kontemplowanie przyrody z widokowych tras spacerowych oraz punktów widokowych

Szlarska Poręba		
Szlarska Poręba		
<p>wiodące: turystyka kwalifikowana, krajoznawcza, transzytowa, kulturowa, etniczna, konsumencka komplementarne: turystyka zdrowotna, konferencyjna, sentymentalna</p>	<p><b>Szlarska Poręba Górna, Marysin:</b> zwiedzanie „Leśnej Huty” (muzeum hutnictwa szkła), Muzeum Mineralogicznego, Muzeum Ziemi, rekonstruowanej Witrolejny Prellera, spacer na trasie Witrolejnia-Wodospad Kamienicy; wyprawa po trasie tematycznej „Śladami Szklanych Hut”; wyprawy hobbystyczne: udział w gieldzie skał i minerałów; udział w imprezach kulturalnych i rozrywkowych (np. festiwalu piosenki studenckiej i turystycznej, zawodach w „poszukiwaniu złota”), korzystanie z lokalnej oferty życia nocnego; wypoczynek aktywny (siłownie, kluby fitness, salony odnowy biologicznej, korty tenisowe, place do gry w minigolfa); wypoczynek w malowniczo usytuowanych, stylowych obiektach gastronomicznych i noclegowych, stanowiących dogodne punkty widokowe; udział w konferencjach, zjazdach, sympozjach; pobyty w sanatoriach; zakupy (np. w sklepie firmowym huty szkła kryształowego, w sklepach z tkaninami artystycznymi); spacery połączone z obserwacjami krajobrazu z urządzonych punktów widokowych</p> <p><b>Szlarska Poręba Średnia:</b> zwiedzanie Domu Braci Hauptmannów, udział w kameralnych przedstawieniach i wieczorach literackich przybliżających twórczość lokalnych pisarzy, zwiedzanie Domu V. Hofmana i Domu J. Sztaudyngera, zwiedzanie wystaw malarskich; udział w warsztatach literackich i malarskich</p> <p><b>Jakuszyce:</b> uprawianie narciarstwa biegowego, udział w imprezach sportowych; krótkie pobyty „transzytowe”, zakupy</p>	<p><b>Szlarska Poręba Dolna:</b> wypoczynek rodzinny (spacery, zabawy na świeżym powietrzu – w ogródkach jordanowskich dla dzieci i „śnieżnych ogrodach”); wczasy lecznicze, pobyty rehabilitacyjne; zajęcia hobbystyczne: zbieranie kamieni, udział w warsztatach taktu artystycznego; spacery połączone z obserwowaniem i kontemplowaniem przyrody; hippika; udział w „zielonych szkołach” – zajęciach proekologicznych dla dzieci i młodzieży</p> <p>górka turystyka piesza i rowerowa; wyprawy edukacyjne: udział w prelekcjach organizowanych w ośrodku informacyjno-dydaktycznym KPN, poznawanie środowiska przyrodniczego i kulturowego miasta oraz regionu, zwiedzanie Parku (wzdłuż wyznaczonych ścieżek dydaktycznych); wyprawy fotograficzne, obserwacja krajobrazu (np. na Szreniłę); z wyciągu krzesełkowego uprawianie sportów zimowych (narciarstwo zjazdowe, narciarstwo biegowe, saneczkarstwo); udział w imprezach sportowych</p>

Jelenia Góra		
<p>wiodące:</p> <p>turytyka</p> <p>zdrowotna,</p> <p>krajoznawcza,</p> <p>kulturowa,</p> <p>etniczna</p> <p>komplementarne:</p> <p>turytyka</p> <p>konferencyjna,</p> <p>biznesowa,</p> <p>konsumencka,</p> <p>sentymentalna,</p> <p>alternatywna,</p> <p>transzytowa</p>	<p><b>Jelenia Góra – centrum:</b></p> <p>zwiedzanie zabytków, muzeów, wystaw, galerii;</p> <p>udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, imprezach kulturalnych, rozrywkowych;</p> <p>udział w konferencjach, zjazdach, sympozjach;</p> <p>pobyty w restauracjach, kawiarniach, pubach itp.;</p> <p>wizyty w kasynie, udział w życiu nocnym miasta;</p> <p>spacery, zakupy;</p> <p>wypoczynek czynny w ośrodkach sportowo-rekreacyjnych (basen, siłownia, korty tenisowe itp.);</p> <p>pobyt w centrum edukacyjnym dla młodzieży Euroregionu Nysa „Wspólna przyszłość” (cel: poznanie środowiska przyrodniczego, kultury oraz gospodarki regionu, próby rozwiązywania wspólnych problemów, międzynarodowa integracja)</p> <p><b>Jelenia Góra – Cieplice:</b></p> <p>pobyty w uzdrowisku, wczasy lecznicze;</p> <p>zwiedzanie zabytków, zwiedzanie Muzeum Przyrodniczego;</p> <p>udział w imprezach kulturalnych i rozrywkowych (np. w przedstawieniach Teatru Zdrojowego, koncertach w Parku Zdrojowym);</p> <p>spacery, kontemplacja przyrody;</p> <p>wypoczynek w stylowych obiektach gastronomicznych, ogródkach kawiarnianych, pensjonatach</p> <p><b>Jelenia Góra – Sobieszów:</b></p> <p>wyprawy edukacyjne o charakterze proekologicznym: udział w prelekcjach organizowanych przez Zarząd Parków Krajobrazowych;</p> <p>oglądanie przedstawień plenerowych wystawianych przy udziale miejscowej ludności;</p> <p>zajęcia hobbystyczne: nauka szermierki i łucznictwa</p>	<p><b>Enklawa KPN – góra Chojnik:</b></p> <p>wyprawy edukacyjne: zwiedzanie Muzeum Przyrodniczego KPN, wędrówka po ścieżce dydaktycznej wytyczonej na stokach góry Chojnik;</p> <p>zwiedzanie Zamku Chojnik;</p> <p>udział w imprezach kulturalnych, rozrywkowych i sportowych organizowanych na Zamku Chojnik (np. imprezach z cyklu „światło i dźwięk”, przedstawieniach przybliżających historię i legendy związane z Zamkiem, turniejach szermierki i łucznictwa)</p> <p>wyprawy edukacyjne ścieżką dydaktyczną wzdłuż „Doliny Bobru”; spacery;</p> <p>lotnictwo, paralotnictwo, spadochroniarstwo, sport balonowy, szybownictwo</p>

Świeradów Zdrój		
<p>wiodące:</p> <p>turystyka</p> <p>zdrowotna,</p> <p>krajoznawcza,</p> <p>konferencyjna</p> <p>komplementarne:</p> <p>turystyka</p> <p>kulturowa,</p> <p>transzytowa,</p> <p>kwalifikowana,</p> <p>alternatywna</p>	<p><b>Świeradów Zdrój – centrum:</b></p> <p>pobyty w sanatoriach, wczasy lecznicze i rehabilitacyjne;</p> <p>udział w imprezach kulturalnych organizowanych w Hali Domu Zdrojowego (koncerty, wystawy malarskie, wieczory literackie itp.);</p> <p>udział w plenerowych imprezach kulturalnych, rozrywkowych i sportowych;</p> <p>pobyty dla młodzieży szkolnej w Centrum Edukacji Ekologicznej „Czarny Trójkąt”;</p> <p>udział w konferencjach, kongresach i sympozjach;</p> <p>pobyty w galeriach, stylowych obiektach gastronomicznych i noclegowych;</p> <p>wypoczynek czynny w ośrodkach sportowo-rekreacyjnych</p> <p><b>Czerniawa Zdrój – centrum:</b></p> <p>pobyty w sanatoriach, wczasy lecznicze i rehabilitacyjne;</p> <p>wyprawy wzdłuż trasy tematycznej dla dzieci „W poszukiwaniu Lwinca”;</p> <p>wypoczynek rodzinny (zabawy w ogródkach jordanowskich i na placach zabaw);</p> <p>krótkie pobyty „transzytowe”, zakupy.</p>	<p>uprawianie sportów zimowych (nartarstwo zjazdowe, nartarstwo biegowe, saneczkarstwo, snowboarding, łyżwiarstwo);</p> <p>górska turystyka piesza i rowerowa, hippika;</p> <p>wędrówki po trasie tematycznej „Śladami kultury łyżwiackiej”</p>
Kowary		
<p>wiodące:</p> <p>turystyka</p> <p>zdrowotna,</p> <p>krajoznawcza,</p> <p>alternatywna,</p> <p>kulturowa</p> <p>komplementarne:</p> <p>turystyka</p> <p>kwalifikowana,</p> <p>konsumencka</p>	<p><b>Kowary – centrum:</b></p> <p>zwiedzanie zabytków oraz fabryki dywanów;</p> <p>wypoczynek w obiektach gastronomicznych i noclegowych;</p> <p>pobyt w sanatoriach;</p> <p>zakupy (np. w sklepie firmowym fabryki dywanów, w sklepach z artystycznymi wyrobami rękodzielniczymi);</p> <p>krótkie pobyty „transzytowe”</p>	<p>górska turystyka piesza i rowerowa, nartarstwo biegowe;</p> <p>ministacje sportów zimowych (nartarstwo zjazdowe);</p> <p>lotniarstwo, parolotniarstwo.</p> <p>pobyt w ośrodku leczniczym „Inhalatorium radonowego”;</p> <p>turystyka piesza i rowerowa, wspinaćka skalkowa;</p> <p>zwiedzanie miejsca martyrologii z czasów II wojny światowej – filii obozu koncentracyjnego Gross Rosen;</p>

<p><b>Wojków:</b>  pobyty w sanatorium, wczasy lecznicze;  pobyty hobbystyczne: warsztaty malarskie i rytownicze (kontynuacja „kowskiej szkoły rysowników”), taktwo artystyczne, haft, plenery malarskie, konkursy o nagrodę im. J. Gielniaka, plenery fotograficzne, plenery rzeźbiarskie; obserwowanie i kontemplowanie przyrody;  zwiedzanie wystaw artystycznych (m.in. wystawy w sanatorium „Bukowiec” poświęconej twórczości J. Gielniaka)</p>		<p>nauka jazdy konnej, wyścigi konne, wyścigi zaprzęgów, kuligi, zjazdy rogatymi saniami;  wypoczynek w miejscowych gospodarstwach (uczestnictwo w życiu mieszkańców);  wyprawa szlakami tematycznymi: „Śladami górnictwa żelaza” i „Śladami górnictwa uranu”; udział w obozach sportowych (judo, karate, boks)</p>
<p><b>Piechowice</b></p>		
<p>wiodące:  turystyka alternatywna, etniczna, kulturowa, krajoznawcza  komplementarne:  turystyka kwalifikowana, zakupowa</p>	<p><b>Piechowice – centrum:</b>  zwiedzanie zabytków, huty szkła kryształowego, Muzeum „Dawnych Zawodów”; zakupy w sklepie firmowym huty szkła kryształowego; spacer;  wypoczynek w obiektach gastronomicznych i noclegowych.  <b>Michałowice:</b>  pobyty letniskowe w gospodarstwach (uczestnictwo w życiu lokalnej ludności); spacer, kontemplowanie przyrody;  oglądanie przedstawień teatralnych i widowisk plenerowych organizowanych przy współudziale mieszkańców;  zwiedzanie zabytków;  zbieranie ziół, kwiatów polnych i grzybów.  <b>Jagniątków:</b>  zwiedzanie Domu G. Hauptmanna, udział w polsko-niemieckich seminariach, spotkaniach oraz wieczorach literackich przybliżających twórczość laureata Nagrody Nobla, udział w kameralnych przedstawieniach sztuk Hauptmanna</p>	<p>górka turystyka piesza i rowerowa, narciarstwo biegowe; wyprawy edukacyjne po wytyczonych ścieżkach dydaktycznych  uprawianie sportów zimowych w minitacjach narciarskich; saneczkarstwo i kuligi; wspinalczka skałkowa; paralotniarstwo, lotniarstwo, szybownictwo, hippika; turystyka piesza i rowerowa</p>

Źródło: opracowanie własne

- znajomość preferencji turystów oraz uwzględnianie ich w ofercie programowej turystyki;  
oraz:
- zgodność proponowanych form z planem zagospodarowania przestrzennego, strategią rozwoju turystyki oraz planami ochrony obszarów prawnie chronionych;
- „filtrowanie” ruchu turystycznego – zatrzymywanie możliwie dużej części ruchu turystycznego w pobliżu wybranych punktów (w miejscach atrakcyjnych widokowo i nieuciążliwych dla środowiska przyrodniczego) poprzez budowę odpowiedniej infrastruktury rekreacyjnej i stworzenie możliwości wydania pieniędzy (np. ośrodki rozrywki, centra odnowy biologicznej, stylowe obiekty gastronomiczne itp.);
- zachowanie lokalnej tożsamości, kultywowanie lokalnej tradycji;
- bazowanie na osobliwych walorach turystycznych.

Obszar każdego z badanych miast podzielono na dwie główne strefy: „centrum” (tj. teren z zabudową miejską) oraz „peryferie” (tab. 11). Na obszarze peryferyjnym wydzielono z kolei dwie podstrefy: teren Karkonoskiego Parku Narodowego oraz „pozostałe” tereny. Proponowane formy turystyki dla każdego miasta zróżnicowano na wiodące (tj. bazujące na głównych i/lub osobliwych walorach turystycznych) oraz komplementarne (stanowiące uzupełnienie oferty turystycznej). Proponowane programy rekreacji obejmują zarówno czynności, które są obecnie podejmowane przez turystów w danym mieście, jak i zajęcia, które mogłyby być realizowane w oparciu o istniejący potencjał turystyczny.



# Rozdział 7

## Podsumowanie

1. Wyniki badań potwierdziły przyjętą na wstępie hipotezę. Weryfikacja metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast oraz przeprowadzenie oceny integralnej tych potencjałów umożliwiło określenie w sposób wymierny rangi ich przydatności i atrakcyjności turystycznej. Przyjęta procedura badawcza pozwoliła na osiągnięcie głównego celu pracy, czego efektem był ranking potencjałów turystycznych wybranych miast Sudetów Zachodnich.
2. Ocena integralna potencjału turystycznego, oparta na ocenach częściowych jego cech, dokonanych z różnych punktów widzenia: badacza-teoretyka, turystów, mieszkańców oraz pracowników administracji państwowej odpowiedzialnych za kształtowanie funkcji turystycznej danego miasta, wykazała, iż największym potencjałem turystycznym dysponują Karpacz, Jelenia Góra i Szklarska Poręba, następnie Świeradów Zdrój, a najmniejszym Kowary i Piechowice.
3. Wyniki rankingu potencjałów turystycznych wybranych za „poligon badawczy” miast nie są zaskakujące. Fakt ten jednak dobrze świadczy o skuteczności i rzetelności zastosowanej metody badawczej.
4. Analiza etapów i uwarunkowań rozwoju turystyki w aspekcie historycznym, dynamiki i struktury ruchu turystycznego, jego rozkładu przestrzennego oraz podejmowanych przez turystów zajęć rekreacyjnych wykazała duże zróżnicowanie form turystyki realizowanych na badanym terenie. Do głównych form należą: turystyka kwalifikowana, krajoznawcza, zdrowotna, kulturowa, konferencyjna, etniczna, biznesowa, sentymentalna, alternatywna, konsumencka oraz tranzytowa.
5. Przeprowadzona analiza porównawcza umożliwiła identyfikację słabych i mocnych stron potencjałów turystycznych badanych miast, stanowiących punkt wyjścia dla opracowania propozycji rozwoju wiodących i komplementarnych form turystyki dla każdego z nich. Propozycje te oparto m.in. na zasadach: znajomości preferencji turystów, eksponowania lokalnych osobliwości (w tym dbałości o zachowanie różnorodności kulturowej), strefowania funkcji turystycznej, filtrowania ruchu turystycznego oraz hierarchizacji form turystyki. Ich realizacja umożliwiłaby: zachowanie lokalnej tożsamości, dostosowanie oferty turystycznej do potrzeb konkretnego typu odbiorcy, dywersyfikację oferty turystycznej, deglomerację ruchu turystycznego w rejonie Karkonoszy oraz minimalizację konfliktów turystyka–środowisko przyrodnicze.
6. Testowanie metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast według Bellinger (1994) w warunkach polskich miast pozwala stwierdzić, iż metoda ta:

- umożliwia w sposób wymierny i łatwy w odczycie określenie pozycji danego miasta na tle wyników osiągniętych przez pozostałe miasta z badanego zbioru na trzech poziomach: (1) najbardziej elementarnym (dotyczącym cech badanego przedmiotu), (2) przyjętych kategorii badawczych oraz (3) wagi sumarycznej przedmiotu badań; tym samym jest ona przydatna w planowaniu rozwoju funkcji turystycznej zarówno w skali lokalnej, regionalnej, jak i ponadregionalnej;
- pozwala na dokonanie podziału cech badanego przedmiotu na pozytywne, które sprzyjają jego rozwojowi (stymulanty), oraz cechy hamujące ten rozwój (destymulanty);
- umożliwia przeprowadzenie podziału ogółu cech na grupy dotyczące różnych rodzajów zasobów (przyrodniczych, technicznych, społecznych) oraz ujęcie ich w sposób syntetyczny, dzięki czemu staje się możliwe pełniejsze i dokładniejsze poznanie wagi tych zasobów w strukturze potencjału turystycznego miasta;
- nie różnicuje wagi cech analizowanego przedmiotu, co zmusza do poszukiwania cech równie istotnych;
- nie uwzględnia stopnia atrakcyjności walorów turystycznych (walory turystyczne są ujmowane w sposób ilościowy, a nie jakościowy);
- nie uwzględnia potrzeb i preferencji turystów;
- jej przydatność jest zależna od właściwego doboru cech badanego przedmiotu.

Ponadto, badania przeprowadzone metodą delficką nie umożliwiły identyfikacji dla danego miasta form turystyki bezkonkurencyjnych wobec form realizowanych w pozostałych miastach objętych analizą.

7. Istotne znaczenie w analizie porównawczej potencjałów turystycznych miast ma ich wielkość. Stanowi ona jeden z podstawowych czynników determinujących zarówno potencjał turystyczny, jak i sposób jego przysposobienia dla turystyki. Tego typu analizą powinno się więc obejmować miasta o podobnej wielkości. Ponadto, prezentowana metoda wymaga zgromadzenia bardzo szczegółowych informacji dotyczących cech badanego przedmiotu, podczas gdy pozyskanie wielu z nich jest możliwe jedynie w trakcie penetracji terenu. Stąd zdaniem autorki prezentowana metoda analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast ma zastosowanie jedynie w przypadku miast małych i średnich.
8. Modyfikacja testowanej metody analizy porównawczej obiektów wielocechowych poprzez przeprowadzenie oceny integralnej przedmiotu badań umożliwiła uwzględnienie w wyniku tej oceny:
  - wagi atrakcyjności turystycznej miast postrzeganej z różnych punktów widzenia (turystów, mieszkańców, pracowników administracji państwowej);
  - informacji dotyczących jakości oferty turystycznej (stopnia zadowolenia turystów z jej poszczególnych elementów), stopnia kompletności tej oferty (braków odczuwanych przez turystów) oraz źródeł dyskomfortu wypoczynku wskazywanych zarówno przez turystów, jak i mieszkańców badanych miast.
9. Do metodycznego novum niniejszej pracy należą:
  - adaptacja metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast według Bellinger (1994) do specyfiki miast polskich;
  - skonstruowanie wskaźników ujmujących w sposób syntetyczny wypowiedzi respondentów, w tym także jednostkowe, co pozwoliło na uwzględnienie w oce-

- nie integralnej potencjału turystycznego rekreacyjnych potrzeb i upodobań zarówno standardowych, jak i indywidualnych;
- uwzględnienie w skonstruowanym wskaźniku syntetycznym atrakcyjności turystycznej miasta wagi jego poszczególnych atrakcji turystycznych;
  - uwzględnienie w ocenie integralnej potencjału turystycznego różnego stopnia istotności opinii poszczególnych podmiotów (badacza, turystów, mieszkańców, urzędników) dokonujących ocen cząstkowych;
  - przeprowadzenie oceny integralnej potencjałów turystycznych miast przy wykorzystaniu wyników analizy porównawczej tych potencjałów według metody Bellinger (1994) oraz wskaźników syntetycznych obliczonych w oparciu o wypowiedzi respondentów, co wpłynęło na humanizację wyników badań, a w konsekwencji wzrost ich obiektywności.
10. Sporządzony w niniejszej pracy katalog cech charakteryzujących potencjał turystyczny wybranych miast Sudetów Zachodnich stanowi punkt wyjścia dla dalszych badań nad potencjałem turystycznym miejscowości. W badaniach tych powinien uczestniczyć interdyscyplinarny zespół badawczy, złożony przede wszystkim ze specjalistów takich dziedzin, jak: ekonomia, socjologia, psychologia i geografia.
  11. Dyskusyjnym i dotąd nie rozwiązany problem jest uniwersalność katalogu cech potencjału turystycznego miejscowości, co wynika przede wszystkim z indywidualizmu potrzeb rekreacyjnych, jak i specyfiki miejscowości turystycznych.
  12. W dalszych badaniach nad potencjałem turystycznym miast powinno dążyć się do wyłonienia katalogu ich cech „głównych”, tj. typowych dla wszystkich miejscowości turystycznych, który mógłby być uzupełniany o katalog cech „specyficznych” dla miejscowości stanowiących przedmiot badań. Należy także dążyć do minimalizowania liczby tych cech, czyli poszukiwania cech najbardziej istotnych, tj. takich, aby wyniki badań przeprowadzonych w oparciu o nie były identyczne z wynikami otrzymanymi w oparciu o pełen, nie zredukowany zbiór zmiennych objaśniających.

## Literatura

- Altkorn J. (1998): *Marketing w turystyce*. PWN, Warszawa.
- Barnett V. (1982): *Elementy teorii pobierania prób*. Biblioteka problemów, t. 275. PWN, Warszawa.
- Barsch H., Saupe G. (1994): *Bewertung und Gestaltung der naturnahen Landschaft in Schutzgebieten, Erholungs- und Freizeitgebieten*. Band 8. Selbstverlag des Institutes für Geographie und Geoökologie, Potsdam.
- Bartkowski T. (1972): *O pojęciu zasobów-użytków środowiska geograficznego i metodyce ich mierzenia*. Przegląd Geograficzny, t. XLIV, z. 1. PWN, Warszawa.
- Bartkowski T. (1977): *Wypisy do geografii turystycznej. Cz. I*. AWF w Poznaniu, Seria Skrypty, nr 111, Poznań.
- Bartkowski T. (1985): *Warunki przyrodnicze rozwoju turystycznych form rekreacji – podstawowe elementy teorii i przykłady rozwiązań metodologicznych*. W: Warunki przyrodnicze rozwoju turystycznych form rekreacji. AWF w Poznaniu, Seria Monografie, nr 209, Poznań.
- Bauer A. (1993): *Tourismus und Regionalplanung*. Selbstverlag, Frankfurt/M.
- Bellinger C. (1994): *Touristische Angebotspotentiale einer Stadt*. Trends-Forschung-Konzepte im Strategischen Tourismusmanagement. Band 4, Trier.
- Biderman E. (1994): *Postrzeganie i ocena znaczenia Poznania w kraju i regionie oraz w życiu mieszkańców miasta*. W: Kronika Miasta Poznania, t. 1–2. Wydawnictwo Miejskie, Poznań.
- Biderman E. (1995): *Postrzeganie i ocena elementów przestrzeni miasta Poznania przez jego mieszkańców*. W: Kronika Miasta Poznania, t. 1. Wydawnictwo Miejskie, Poznań.
- Blalock H.M. (1977): *Statystyka dla socjologów*. PWN, Warszawa.
- Bobek H., Schmithüsen J. (1949): *Die Landwirtschaft im logischen System der Geographie*. Erdkunde, 3.
- Bonertz J. (1981): *Die Planungstauglichkeit von Landschaftsbewertungsverfahren in der Landes- und Regionalplanung* 2. Aufl. 1983. W: Materialien zum Fremdenverkehrsgeographie, H. 7. Trier.
- Buell V.P. (1984): *Marketing, Management. A Strategic Planning Approach*. Mc Graw-Hill, New York.
- Burkart A.J., Medlik S. (1974): *Tourism – Past, Present and Future*. Henemann, London.
- Butowski L. (1996): *Funkcja turystyczna dużych miast europejskich. Studium porównawcze Berlina, Budapesztu, Paryża, Pragi, Wiednia i Warszawy*. W: Materiały konferencyjne „Dolina Wisły”, Warszawa.
- Czemerda A., Kucharski W. (1979): *Parki krajobrazowe i obszary chronionego krajobrazu – nowe formy ochrony przyrody*. Aura, nr 4.
- Czyż T. (1971): *Zastosowanie metody analizy czynnikowej do badania ekonomicznej struktury regionalnej Polski*. Warszawa.
- Davidson R. (1996): *Turystyka*. PAPT, Warszawa.
- Detwyler T.R., Marcus M.G. et al. (1972): *Urbanization and Environment*. Duxbury Press, Belmont.
- Dombrowicz M. (1986): *Przyrodnicze walory turystyczne w systemie obszarów chronionych*. Aura, nr 8.
- Eberle F. (1979): *Bewertungsmethoden für regionale Siedlungskonzepte*. Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung. Beiträge 33, Hannover.
- Fabiszewski J. (1985): *Szata roślinna*. W: Karkonosze Polskie. Praca pod red. A. Jahna. PAN, Wyd. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Gaworecki W.W. (1997): *Turystyka*. PWE, Warszawa.
- Gaworecki W.W. (2000): *Turystyka*. PWE, Warszawa.
- Gminy polskie o funkcjach turystycznych i uzdrowiskowych*. WUS, Jelenia Góra 1996.
- Gołembski G. (1998): *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*. AE w Poznaniu, Poznań.

- Gołembski G. (red.) (1999): *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*. PWN, Warszawa.
- Gorzela G., Wyżkiewicz B. (1981): *Analiza porównawcza regionalnych procesów rozwoju w wybranych krajach*. PAN, Warszawa.
- Groch J. (1991): *Badania diagnostyczne uzdrowisk polskich z zastosowaniem metod wielowariantowej analizy porównawczej*. Uniwersytet Jagielloński. Rozprawy habilitacyjne, nr 220, Kraków.
- Guzik H., Ostrowska B. (1994): *Syntetyczna ocena atrakcyjności turystycznej gmin południowo-wschodniej Polski*. Folia Turistica, nr 4. AWF, Kraków.
- Haase G. (1978): *Zur Ableitung und Kennzeichnung von Naturpotentialen*. Patern. Geogr. Mitt., t. 122, z. 2.
- Hellwig Z., Kania-Gospodarowicz A. (1975): *Zastosowanie analizy porównawczej w badaniach międzynarodowych*. GUS, z. 83, Warszawa.
- Henseling E. (1984): *Der Fremdenverkehr in der Stadt Münster unter besonder Berücksichtigung des Kongress- und Tagungsverkehrs*. Hg. Arbeitsgemeinschaft Angewandte Geographie e.V. (Arbeitsberichte 5), Münster.
- Holloway J.Ch. (1996): *Podstawy turystyki*. PAPT, Warszawa.
- Holloway J.Ch., Robinson Ch. (1997): *Marketing w turystyce*. PWE, Warszawa.
- Hunziker W. (1951): *Le tourisme social*. Com. Scient. de l'Alliance Internationale de Tourisme, Bern.
- Jagusiewicz A. (1986): *Przestrzenna polityka turystyczna 1986–95*. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Jędrzejczyk I. (1995): *Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki*. AE w Katowicach, Wyd. Śląsk, Katowice.
- Jędrzejczyk I. (2000): *Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategie w zarządzaniu firmą*. PWN, Warszawa.
- Karłowicz J.A. (red.) (1898–1927): *Słownik języka polskiego*. t. 1–8. Warszawa.
- Kaspar C. (1995): *Management im Tourismus*. 2 Auflage. Verlag Paul Haupt, Bern–Stuttgart–Wien
- Kondracki J. (1998): *Geografia regionalna Polski*. PWN, Warszawa.
- Kornak A. (1999): *Uzdrowiska polskie w systemie rynku i zarządzania marketingowego*. Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz.
- Korzeń J. (1996): *Studium zagospodarowania przestrzennego woj. jeleniogórskiego*. W: Człowiek i Środowisko IGPIK, Gospodarka Przestrzenna i Komunalna, t. 20, nr 4, Warszawa.
- Kostrowicki A.S. (1975): *Podejście systemowe w badaniach nad rekreacją*. Przegląd Geograficzny, t. XLVII, z. 3, Warszawa.
- Kostrowicki A.S. (1992): *System „człowiek–środowisko” w świetle teorii ocen*. Prace Geograficzne IGIPZ PAN, Warszawa.
- Kotarbiński T. (1982): *Traktat o dobrej robocie*. Ossolineum.
- Kotler Ph. (1980): *Principles of Marketing*. Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs.
- Kozłowska-Szczęśna T., Błażejczyk K., Krawczyk B. (1997): *Bioklimatologia człowieka. Metody i ich zastosowanie w badaniu klimatu Polski*. IGIPP PAN, seria Monografie 1. Akapit-DTP, Warszawa.
- Kramer T. (1983): *Marketing*. AE w Katowicach, Katowice.
- Król A. (1978): *Elementy infrastruktury turystycznej i paraturystycznej*. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Krzymowska-Kostrowicka A. (1995a): *Zarys geoekologii rekreacji*. Tom 2. Człowiek w środowisku przyrodniczym. Geoekologia zachowań turystyczno-rekreacyjnych. Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- Krzymowska-Kostrowicka A. (1995b): *Turystyka ekologiczna i perspektywy jej rozwoju*. W: Zmiany w przestrzeni geograficznej w warunkach transformacji społeczno-ekonomicz-



- nej na przykładzie obszarów wiejskich. Praca pod red. A. Kowalczyka. UW WGiSR, Warszawa.
- Krzymowska-Kostrowicka A. (1997): *Geoekologia turystyki i wypoczynku*. PWN, Warszawa.
- Kukuła K. (1994): *Próba waloryzacji województw ze względu na zagospodarowanie turystyczne i środowisko naturalne*. Folia Turistica, nr 4. AWF, Kraków.
- Lampe R., Billwitz K. (1987): *Das Rekreationspotential als Komplexgeographisches Problem*. W: Gesellschaftliche Determination der Rekreationsgeographie, Greifswalder Geographische Arbeiten 4, Greifswald.
- Leszczycki S. (1937): *Zagadnienia geografii turystyki*. Komunikaty Studium Turyzmu UJ, z. 2, Kraków.
- Libera K. (1969): *Międzynarodowy ruch osobowy*. Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J. (1998): *Geografia turystyki Polski*. PWE, Warszawa.
- Łopociński K. (1996): *Strategia rozwoju turystyki a obszary chronione*. W: Materiały konferencyjne „Dolina Wisły”, Warszawa.
- Łukaszewski X.F.A.E. (1847): *Słownik podręczny wyrazów obcych i rzadkich w języku polskim używanych*. Królewiec.
- Łyczkowska S. (1995): *System rekreacyjny miasta Międzyzdroje w świetle opinii turystów i mieszkańców miasta*. W: Klify, t. 2, Międzyzdroje.
- Maik W. (1992): *Podstawy geografii miast*. Wyd. Uniwersytetu im. M. Kopernika, Toruń.
- Mariot P. (1986): *Fremdenverkehrsgeographie in der ESSR. Derzeitige Trends und Forschungsmethoden*. W: Symposium „Geographie des Freizeitverhaltens – Rekreationsgeographie”. Verlag F. Hirt AG, Wien.
- Matczak A. (1992): *Model badań ruchu turystycznego. Studium metodologiczne*. Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Mathieson A., Wall G. (1982): *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longman, London, New York.
- McIntosh R., Goeldner Ch. (1986): *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York.
- Medlik S. (1995): *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*. PWN, Warszawa.
- Middleton V.T.C. (1996): *Marketing w turystyce*. Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Naumowicz K. (1993): *Potencjał turystyczny i regionalizacja turystyczna Polski*. Uniwersytet Szczeciński, Rozprawy i Studia, t. CCX 136, Szczecin.
- Neef E. (1966): *Zur Frage des gebietswirtschaftlichen Potentials*. Forschungen und Fortschritte, t. 40, z. 3.
- Nowak S. (1985): *Metodologia badań społecznych*. PWN, Warszawa.
- Nowak Z. (1975): *Zastosowanie metody skalowej i agregatowej do waloryzacji regionu (na przykładzie regionu krakowskiego)*. Zeszyty Naukowe WSE w Krakowie, Kraków.
- Nurek T. (1984): *Angewandte Bewertungsmethoden des Bioklimas für den Bedarf der Erholung und der Touristik*. W: Gesellschaftliche Determination der Rekreationsgeographie IX Greifswalder Geographisches Symposium 4–6 Oktober, Greifswald.
- Organizacja i zagospodarowanie przestrzeni w woj. jeleniogórskim*. WUS, Jelenia Góra 1996.
- Owczarek (Zajadacz) A. (1996): *System rekreacyjny miasta Jelenia Góra. Ocena stopnia atrakcyjności miasta w świetle opinii jego mieszkańców*. Praca magisterska napisana pod kierunkiem D. Sołowiej w Instytucie Geografii Fizycznej. WNGiG UAM, Poznań.
- Pęski W. (1999): *Zarządzanie zrównoważonym rozwojem miast*. Wyd. „Arkady”, Warszawa.
- Pietrzak M., Sołowiej D. (1999): *Koncepcja rozwoju turystyki proekologicznej – „nieagresywnej” wobec środowiska przyrodniczego*. W: Podstawy ekorozwoju „Zielonej Wstęgi Odra-Nysa”; strona polska projektu. Wyd. Kontekst, Poznań.
- Plan Ochrony Karkonoskiego Parku Narodowego. Operat Udostępniania Parku dla Turystyki*, t. 9. JBPIP, Jelenia Góra 1996.



- Plan Ochrony Rudawskiego Parku Krajobrazowego i jego otuliny*. Operat Ochrony Walorów rekreacyjnych, turystycznych i wypoczynkowych, t. 8. JBPiP, Jelenia Góra 1997.
- Porter M.E. (1999): *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*. PWE, Warszawa.
- Poser H. (1939): *Geographische Studien über den Fremdenverkehr im Riesengebirge*. Abhandlungen der Gesellschaft der Wissenschaften zu Göttingen Mathematisch-Physikalische Klasse, Heft 20, Göttingen.
- Przeclawski K. (1973): *Turystyka a wychowanie*. NK, Warszawa.
- Przeclawski K. (1996): *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Albis, Warszawa.
- Przewodnik po cenniejszych zabytkach województwa jeleniogórskiego (1997), Wojewódzki Oddział Państwowej Służby Ochrony Zabytków, Oficyna Wydawnictw Promocyjnych REPROCOLOR S.C., Jelenia Góra.
- Przewoźniak M. (1991): *Krajobrazowy system interakcyjny strefy nadmorskiej w Polsce*. Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Przewoźniak M. (1999): *Potencjał rekreacyjny środowiska przyrodniczego – atrakcyjność a przydatność*. W: Geoekologiczne podstawy badania i planowania krajobrazu rekreacyjnego, Problemy Ekologii Krajobrazu, t. 5. Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań.
- Pszczółkowski T. (1978): *Mała Encyklopedia Prakseologii i Teorii Zarządzania*. Ossolineum, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- Ptaszycka-Jackowska D. (1982): *Turystyczne funkcje rezerwatów przyrody*. OP, z. 44.
- Ptaszycka-Jackowska D., Baranowska-Janota M. (1987): *Definicje, cele i funkcje przyrodniczych obszarów chronionych w Polsce*. ChPO, nr 2.
- Punkiel W. (1974): *Definicja i klasyfikacja infrastruktury społecznej*. W: Studia nad infrastrukturą społeczną sensu stricto. Biuletyn Informacyjny, Instytut Geografii PAN, z. 2, Warszawa.
- Racinowski R. (1987): *Wprowadzenie do fizjografii osadnictwa*. PWN, Warszawa.
- Radecki W. (1990): *Ochrona prawna przyrodniczej przestrzeni turystycznej*. Wyd. SGGW-AR, Warszawa.
- Rapacz A. praca zbiorowa pod red. (1997): *Strategia kształtowania produktu turystycznego regionu sudeckiego*. Wyd. AE im. O. Langego, Wrocław.
- Rapacz A. (1998a): *Podstawowe założenia strategii rozwoju turystyki w województwie jeleniogórskim*. W: Problemy Turystyki, 3-4, t. XXI. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Rapacz A. (1998b): *Podstawy informacyjne i metodologiczne badań dotyczących rozwoju turystyki i infrastruktury turystycznej w regionach*. W: Problemy Turystyki, 3-4, t. XXI. Instytut Turystyki, Warszawa.
- Regel S. (1975): *Chłonność i pojemność obszarów, miejscowości, obiektów i szlaków o walorach turystycznych*. W: Turystyka a ochrona środowiska naturalnego. Materiały przedkonferencyjne, IV Zielonogórska Konferencja Naukowa 22-24 IX 1975.
- Richling A., Solon J. (1996): *Ekologia krajobrazu*. PWN, Warszawa.
- Rogalewski O. (1972): *Podstawy gospodarki przestrzennej w turystyce*. SGPiS „Ruch Turystyczny” – Monografie, z. 13.
- Ruszkowski J., Studnicki T. (1988): *Wpływ funkcji turystyczno-wypoczynkowych na degradację środowiska człowieka*. Zeszyty Naukowe AE w Katowicach, nr 112/1988.
- Słownik współczesnego języka polskiego (1996), praca zbiorowa pod red. B. Dunaja. Wyd. Wilga, Warszawa.
- Słownik wyrazów obcych (1980), praca zbiorowa pod red. J. Tokarskiego. PWN, Warszawa.
- Sołowiej D. (1992): *Weryfikacja ocen integralnych atrakcyjności środowiska przyrodniczego człowieka w wybranych systemach rekreacyjnych*. Wyd. Naukowe UAM, Poznań.
- Sołowiej D. (1993): *Przyczyny braku komfortu mieszkania i wypoczywania w systemie rekreacyjnym miasta Poznania*. W: Ekologia krajobrazu w badaniach terytorialnych systemów rekreacyj-

- nych. Praca zbiorowa pod red. M. Pietrzaka. Wydawnictwo Krajowego Instytutu Badań Samorządowych, Poznań.
- Sołowiej D. (1998): *Komfort mieszkania i wypoczywania mieszkańców Wielkopolski*. Maszynopis, materiały archiwalne Instytutu Geografii Fizycznej WNGiG, UAM, Poznań.
- Sołowiej D. (1999): *Ocena integralna w planowaniu przestrzennym*. W: Materiały Ogólnopolskiej Konferencji Szkoleniowej: Marketing Miast, Gmin i Regionów, 11–12 marca, Poznań.
- Stalski M. (1985): *The methodology for the choice of the structure of tourist trade in big cities*. W: Großstadttourismus – Tourisme des grandes Villes – Big City Tourism. Dietrich Teimer Verlag, Berlin.
- Stan gmin w woj. jeleniogórskim w 1996 r. WUS, Jelenia Góra 1997.
- Stillger H. (1980): *Der Fremdenverkehrswert einer Stadt*. Entwicklung und Darstellung eines allgemeinen nitzwertanalytischen verfahrens zur empirischen Ermittlung vergleichbarer touristischer Daten der deutschen Städte. Hg. Deutscher Fremdenverkehrsverband (Fachsreihe Fremdenverkehrspraxis, 9), Frankfurt/M.
- Terminologia turystyczna zalecana przez WTO* (1995). ONZ-WTO, Warszawa.
- Turowski G. (1972): *Bewertung und Auswahl von Freizeitregionen*. W: Schriftenreihe des Instituts für Städtebau und Landesplanung der Fakultät für Bauingenieur- und Vermessungswesen der Universität Karlsruhe, H. 3, Karlsruhe.
- Warszyńska J., Jackowski A. (1979): *Podstawy geografii turystyki*. PWN, Warszawa.
- Ważnyński B. (1995): *Urządzanie i zagospodarowanie lasu dla potrzeb turystyki i rekreacji*. Wyd. Akad. Roln. w Poznaniu, Poznań.
- Wiedienin J.A. (1982): *Dinamika TRS*. „Nauka”, Moskwa.
- Wojciechowski K.H. (1999): *Cechy krajobrazu kształtujące scenariusz zachowań turystyczno-rekreacyjnych*. W: Geoeologiczne podstawy badania i planowania krajobrazu rekreacyjnego, Problemy Ekologii Krajobrazu, t. 5. Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań.
- Wolski J. (1970): *Turystyka zdrowotna a uzdrowiska europejskie krajów socjalistycznych*. Problemy uzdrowiskowe, nr 5.
- Wyrzykowski J. (1986): *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki w Polsce*. Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Zabytki i muzea woj. jeleniogórskiego* (1992), praca pod red. J. Korzenia. CIT, Jelenia Góra.
- Zajadacz A. (1999a): *Motywy wyjazdów turystycznych na przykładzie turystów odwiedzających wybrane miasta Sudetów Zachodnich*. W: Geoeologiczne podstawy badania i planowania krajobrazu rekreacyjnego, Problemy Ekologii Krajobrazu, t. 5. Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań.
- Zajadacz A. (1999b): *Komfort i dyskomfort wypoczynku w Świeradowie Zdroju w opinii mieszkańców oraz turystów*. W: Badania Fizjograficzne nad Polską Zachodnią. Seria A – Geografia Fizyczna, t. 50, Poznań
- Zajadacz A. (2001): *Potencjał turystyczny wybranych miast Sudetów Zachodnich*. Maszynopis – praca doktorska napisana pod kierunkiem D. Sołowiej i L. Kozackiego. IGFiKSP, WNGiG, UAM, Poznań.
- Zajadacz A. (2002): *Etapy rozwoju turystyki w Karkonoskim Parku Narodowym*. W: Użytkowanie turystyczne parków narodowych. Ruch turystyczny – zagospodarowanie – konflikty – zagrożenia. Praca pod red. J. Partyki, Ojcowski Park Narodowy, Ojców.
- Zaręba D. (2000): *Ekoturystyka – wyzwania i nadzieje*. PWN, Warszawa.

**Aneks:**  
**Tabele**  
**12-51**

**Tabela 12.** Wybrane kryteria oceny kategorii badawczych potencjału turystycznego miasta według Bellinger (1994)

Kryterium	Jednostka miary
<b>1. Uwarunkowania przyrodnicze</b>	
Średnia temperatura roczna	°C
Średnia temperatura półroczna letniego (IV–X)	°C
Usłonecznienie rzeczywiste w skali roku	liczba godzin
Usłonecznienie rzeczywiste w półroczu letnim (IV–X)	liczba godzin
Ilość opadów w ciągu roku	mm
Ilość opadów w półroczu letnim (IV–X)	mm
Dni mroźne	liczba dni z temperaturą < 0°C
Dni słoneczne	liczba dni z temperaturą ≥ 25°C
Miejskie tereny wypoczynkowe	łączny udział wód, lasów i terenów zielonych w całkowitej powierzchni miasta [%]
Najbliżej położone obszary wypoczynkowe	odległość od granic miasta w km
<b>2. Dostępność komunikacyjna miasta</b>	
Najmniejsza odległość od autostrady	odległość w km od granic miasta
Bezpośrednie połączenia autostradami	liczba
Pociągi kursujące w dni robocze	
– ICE	liczba
– IC/EC	liczba
– IR/D/FD	liczba
– pośpieszne	liczba
Odległość od lotniska	odległość od centrum miasta w km
Połączenie z lotniskiem (komunikacja miejska)	interwały w godzinach
<b>3. Wewnętrzne połączenia komunikacyjne</b>	
Łączna długość sieci autobusowej i tramwajowej	w km w odniesieniu do powierzchni miasta
Godzinny rozkład jazdy autobusów i tramwajów	bardzo dobry/dobry/zadowalający/wystarczający (ocena ekspertów)
Oferta parkingów na terenie miasta	
– parkingi podziemne/zadaszone	liczba miejsc parkingowych w odniesieniu do powierzchni miasta

Kryterium	Jednostka miary
– pozostałe parkingi publiczne	liczba miejsc parkingowych w odniesieniu do powierzchni miasta
Deptaki	łączna długość w km
Sieć ścieżek rowerowych	łączna długość w km w odniesieniu do powierzchni miasta

#### 4. Imprezy kulturalne

Teatr miejski – jeśli istnieje, przedstawienia wg kategorii:	istnieje/nie istnieje
– opera/operetka	liczba/czas trwania
– sztuka teatralna	liczba/czas trwania
– balet	liczba/czas trwania
– musical	liczba/czas trwania
Pozostałe imprezy (oprócz teatru) w sektorze „teatr, literatura, film”	
– imprezy jednodniowe	liczba/rok
– imprezy wielodniowe	liczba/rok
Orkiestra miejska	istnieje/nie istnieje
– jeśli istnieje, koncerty	liczba/czas trwania
Pozostałe imprezy w sektorze „muzyka”	
– imprezy jednodniowe	
koncerty instrumentalne (symfoniczne)	liczba/rok
występy chórów	liczba/rok
koncerty muzyki jazzowej/pop/rockowej	liczba/rok
– imprezy wielodniowe	
koncerty muzyki poważnej	liczba/rok
koncerty muzyki rozrywkowej	liczba/rok
Występy gościnne gwiazd o międzynarodowej sławie (muzyka pop)	liczba/rok
Święta, festyny folklorystyczne	liczba/rok
Ponadregionalne imprezy sportowe	liczba/rok

#### 5. Zabytki, osobliwości kulturalne

Kościoły/klasztory	liczba
Zamki/rezydencje/pałace	łączna liczba
Mury obronne/pozostałe historyczne mury miejskie	istnieją/nie istnieją
Wieże/bramy miejskie	liczba
Dzielnice miasta o cechach zagranicznych	istnieją/nie istnieją
Historyczne budynki, dwory	liczba
Zamki warowne (grody)	liczba
Pomniki	liczba

Kryterium	Jednostka miary
Mosty	liczba
Parki i ogrody	liczba
Promenady	liczba
Fontanny	liczba
Biblioteki publiczne	liczba
Archiwa	liczba
Muzea	liczba
Galerie	liczba
6. Sport/czas wolny	
Baseny kryte	liczba
Baseny odkryte	liczba
Korty tenisowe odkryte	liczba
Korty tenisowe w hali	liczba
Boiska sportowe	liczba
Hale sportowe	liczba
Korty do gry w squasha	liczba
Kręgielnie	liczba
Stadniny koni	liczba
Strzelnice	liczba
Ścieżki zdrowia	liczba
Ścieżki dydaktyczne	liczba
Place do minigolfa	liczba
Lodowiska kryte	istnieją/nie istnieją
Aquaparki	istnieją/nie istnieją
Tory do jazdy na rolkach	istnieją/nie istnieją
Pola golfowe	istnieją/nie istnieją
Możliwości uprawiania sportów wodnych	istnieją/nie istnieją
– wioślarstwo	istnieją/nie istnieją
– narty wodne	istnieją/nie istnieją
– kajakarstwo	istnieją/nie istnieją
– surfing	istnieją/nie istnieją
– żeglarstwo	istnieją/nie istnieją
– wędkarstwo	istnieją/nie istnieją
Możliwości uprawiania sportów lotniczych	istnieją/nie istnieją
Stadiony	istnieją/nie istnieją
– jeśli istnieją: wielkość	liczba boisk
Nartostrady (na terenie miasta)	istnieją/nie istnieją
Ogrody botaniczne	istnieją/nie istnieją
Ogrody zoologiczne	istnieją/nie istnieją
Parki	istnieją/nie istnieją



Kryterium	Jednostka miary
Ogrody jordanowskie	istnieją/nie istnieją
Wesołe miasteczka (w promieniu 25 km)	istnieją/nie istnieją
Szlaki turystyczne (w najbliższej okolicy)	dobrze/umiarkowanie/ źle przygotowane
7. Baza noclegowa	
Pojemność bazy noclegowej (hotele, zajazdy, pensjonaty)	liczba łóżek
Hotele komfortowe (minimalnie *** – wg przewodnika <i>Varta</i> )	odsetek łóżek w całkowitej bazie noclegowej
Schroniska młodzieżowe	liczba łóżek
Kempingi	liczba miejsc postojowych
8. Baza gastronomiczna	
Restauracje, zajazdy	łączna liczba
Restauracje dla smakoszy (klasyfikacja na podstawie przewodnika po hotelach <i>Foyer</i> )	liczba
Restauracje specjalizujące się w kuchni zagranicznej	liczba
Restauracje specjalizujące się w kuchni regionalnej	liczba
Zajazdy z atrakcjami (np. teatr, muzyka, variétés)	liczba
Kawiarnie	liczba
Winiarnie	liczba
Piwiarnie/piwiarnie z ogródkiem	łączna liczba
9. „Życie nocne”	
Dyskoteki/lokale nocne	liczba
Kina	liczba
Bary/kluby nocne	liczba
Knajpy	liczba
Knajpy, piwnice muzyczne z muzyką na żywo	liczba
Historyczne lokale studenckie	liczba
Kasyna	istnieją/nie istnieją
10. Infrastruktura kongresowa, konferencyjna, targowa	
Hale kongresowe – jeśli istnieją:	istnieją/nie istnieją
– pojemność maksymalna	maksymalna liczba miejsc
– urządzenia do tłumaczeń symultanicznych	zainstalowane na stałe/na żądanie/nie istnieją
Hotel w obrębie infrastruktury kongresowej	istnieje/nie istnieje
Restauracja w obrębie infrastruktury kongresowej	istnieje/nie istnieje
Możliwość parkowania w pobliżu hali kongresowej (w odległości 5 min drogi pieszo)	liczba miejsc parkingowych dla samochodów osobowych
Odległość od najbliższego przystanku autobusowego	odległość w m
Odległość od najbliższego postoju taksówek	odległość w m

Kryterium	Jednostka miary
Odległość od centrum miasta	odległość w km
Odległość od dworca	odległość w km
Restauracje w okolicy (w odległości 10 min drogi piechotą)	liczba
Pozostała pojemność infrastruktury kongresowej i konferencyjnej	łączna maksymalna liczba miejsc (maksymalna pojemność rzędów)
Hotele z salami konferencyjnymi	liczba
Pojemność sal konferencyjnych w hotelach	łączna maksymalna liczba miejsc (maksymalna pojemność rzędów)
Łóżka w hotelach komfortowych (co najmniej *** wg przewodnika <i>Vatra</i> )	liczba
Biuro kongresowe	istnieje/nie istnieje
Urządzenia targowe – jeśli istnieją:	istnieją/nie istnieją
– wielkość	km <sup>2</sup>
– odległość od centrum miasta	odległość w km
– odległość od najbliższego przystanku autobusowego	odległość w m
– parkingi w promieniu 10 min drogi piechotą	liczba miejsc postojowych dla samochodów osobowych
– restauracje w promieniu 10 min drogi piechotą	łączna liczba
Możliwości zakwaterowania w promieniu 10 km	liczba miejsc w hotelach
11. Możliwości robienia zakupów	
Duże domy handlowe	liczba
Główne ulice ze sklepami (handlowe)	liczba
Centra handlowe	liczba
Pasaże handlowe	liczba
Przystanki autobusowe na terenie miasta	liczba w odniesieniu do powierzchni miasta
Oferta parkingów (podziemnych i zadaszonych) na terenie miasta	liczba miejsc parkingowych dla samochodów osobowych w odniesieniu do powierzchni miasta
Sklepy	łączna liczba
Gęstość sieci handlowej	liczba sklepów/1 km <sup>2</sup>
Sklepy specjalistyczne	liczba
12. Gospodarka	
Zakłady przemysłowe zatrudniające do 20 osób	liczba
Zakłady przemysłowe zatrudniające powyżej 20 osób	liczba
Produkcja przemysłowa	w mln DM/rok
Duże przedsiębiorstwa (powyżej 1000 pracowników)	liczba

Kryterium	Jednostka miary
adjustrightEksport przemysłowy	wartość eksportu/rok
Obrót w handlu detalicznym	w mln DM/rok
Pracujący zarobkowo	liczba
Dojeżdżający do pracy z innych miejscowości	liczba
Bezrobotni	liczba/rok
13. Marketing	
Wielkość stowarzyszeń turystycznych	liczba pracowników
Podstawy prawne stowarzyszeń turystycznych	formy prawne
Rodzaje reklamy:	
– plakat, prospekt	tak/nie
– ogłoszenia w czasopismach, gazetach	tak/nie
– dni reklamy na obszarach źródłowych ruchu turystycznego	tak/nie
– reklama radiowa i telewizyjna	tak/nie
– film wideo o mieście	tak/nie
– film o mieście i regionie w programie kinowym	tak/nie
– warsztaty	tak/nie
– wycieczki przedstawiające miasto	tak/nie
– reprezentacja na targach	tak/nie
Wydatki na reklamę	w DM
Specjaliści ds. marketingu	tak/nie
Strategia marketingowa	istnieje/nie istnieje
Współpraca z instytucjami i związkami	liczba, nazwa
Kontrola skuteczności działania	tak/nie
Usługi prasowe	istnieją/nie istnieją
Dotacje finansowe ze strony państwa, landu	tak/nie, wysokość w DM
Slogan związany z daną miejscowością	istnieje/nie istnieje
Ryczałty (w hotelach itp.)	łącznie liczba
Możliwość rezerwowania oferty przez organizatorów wycieczek	tak/nie
Udział w programach turystycznych:	
– DB/Ameropa	tak/nie
– Hummel/TUI	tak/nie
Reklama w mediach zagranicznych	
– Europa	tak/nie
– kraje zamorskie	tak/nie
Wycieczki tematyczne oferowane przez przewodników	liczba
Pozostałe wycieczki po mieście oferowane przez przewodników	liczba/rok
Przeciętna długość pobytu turystów	w dniach

Źródło: Bellinger 1994

**Tabela 13.** Wartość potencjalna kategorii „walory środowiska przyrodniczego”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	jednostka miary	
A) Rzeźba terenu							
1. wysokość względna <sup>1</sup>	387	1092	850	1154	980	650	[m]
	0,0	91,6	60,5	100	77,3	34,5	pkt
B) Warunki bioklimatyczne <sup>2</sup>							
2. zachmurzenie	6	6	6	6	5	5	śr./rok (skala od 1 do 8 pkt)
	0,0	0,0	0,0	0,0	100	100	pkt
3. dni gorące (temp. max ≥ 25°C)	33	17	33	33	11	12	liczba/rok
	0,0	72,0	0,0	0,0	100	95,5	pkt
4. dni upalne (temp. max ≥ 30°C)	6	2	6	6	1	1	liczba/rok
	0,0	80,0	0,0	0,0	100	100	pkt
5. dni mroźne (temp. min ≤ −10°C)	22	18	22	22	20	12	liczba/rok
	0,0	40,0	0,0	0,0	20,0	100	pkt
6. dni bardzo mroźne (temp. max ≤ −10°C)	2	1	2	2	1	1	liczba/rok
	0,0	100	0,0	0,0	100	100	pkt
7. wilgotność powietrza	77	74	77	77	64	64	%/rok
	0,0	23,1	0,0	0,0	100	100	pkt
8. dni wietrzne (v ≥ 8 m/s)	18	64	18	18	6	84	liczba/rok
	84,6	25,6	84,6	84,6	100	0,0	pkt
9. dni z opadem (≥ 0,1 mm)	200	187	200	200	159	156	liczba/rok
	0,0	29,5	0,0	0,0	93,2	100	pkt
10. dni z pokrywą śnieżną	82	91	82	82	90	86	liczba/rok
	0,0	100	0,0	0,0	88,9	44,4	pkt
11. dni z mgłą	74	51	74	74	71	4	liczba/rok
	0,0	32,9	0,0	0,0	4,3	100	pkt
12. dni z burzą	25	12	25	25	1	10	liczba/rok
	0,0	54,2	0,0	0,0	100	62,5	pkt

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piechowice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	jednostka miary
C) Miejskie tereny rekreacyjne <sup>3</sup>							
13. tereny zielone, wody powierzchniowe	45,5	77,3	66,1	45,0	84,0	43,0	łączy udział [%] w całkowitej powierzchni miasta
	6,1	83,7	56,4	4,9	100	0,0	pkt
D) Surowce lecznicze <sup>4</sup> (eksploatowane)							
14. wody mineralne	tak	nie	tak	nie	nie	tak	tak/nie
	100	0,0	100	0,0	0,0	100	pkt
15. kopaliny lecznicze	nie	nie	nie	nie	tak	nie	tak/nie
	0	0	0	0	100	0	pkt
E) Obszary i obiekty przyrodnicze prawnie chronione							
16. park narodowy <sup>5</sup>	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	100	100	100	100	0,0	pkt
17. rezerwat przyrody <sup>5</sup>	0	0	0	0	0	0	liczba
(poza KPN)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
18. park krajobrazowy <sup>5</sup>	istnieje	nie istnieje	istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	0,0	100	0,0	0,0	0,0	pkt
19. obszar chronionego krajobrazu <sup>5</sup>	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	100	100	100	100	100	pkt
20. pomniki przyrody <sup>6</sup>	22	15	3	11	19	9	liczba
	100	63,2	0,0	42,1	84,2	31,6	pkt
Wskaźnik syntetyczny	29,5	49,8	30,1	21,6	73,4	58,4	pkt

Źródło: <sup>1</sup>obliczenia własne w oparciu o mapy topograficzne (1:10 000), Państwowe Przedsiębiorstwo Geodezyjno-Kartograficzne, 1987; <sup>2</sup>opracowanie: A. Dancewicz, Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej O/Wrocław, 1999 (dane za pięciolecie 1994–98); <sup>3</sup>*Sprawozdania roczne GEOD-02* (stan w dniu 01.01.1998, uwzględniono: lasy i grunty leśne, grunty zadrzewione i zakrzewione, wody stojące, wody płynące, zieleń osiedlową); <sup>4</sup>Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 16.08.1994 w sprawie określenia złóż wód zaliczonych do solanek, wód leczniczych i termalnych oraz innych kopaliny leczniczych, a także w sprawie zaliczenia kopaliny pospolitych z określonych złóż do kopaliny podstawowych (DzU 1994 nr 80, poz. 417); <sup>5</sup>*Year-Book of Euroregion Neisse-Nisa-Nysa*, 1998; <sup>6</sup>Wojewódzki Konserwator Przyrody (stan – lipiec 1998)

**Tabela 14.** Wartość potencjalna kategorii „stan środowiska przyrodniczego”

Kryteria Oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piechowice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) Zanieczyszczenie powietrza atmosferycznego (stężenie średnioroczne) <sup>1</sup>							
1. SO <sub>2</sub>	34	34	45	45	39	87,0	μg/m <sup>3</sup>
	100	100	79,2	79,2	90,6	0,0	pkt
2. NO <sub>2</sub>	122	124	140	131	128	36,0	μg/m <sup>3</sup>
	17,3	15,4	0,0	8,7	11,5	100	pkt
3. pył (opad pyłu)	111,2	69,8	92,9	92,7	78,6	75,7	mg/km <sup>2</sup> / rok
	0,0	100	44,6	45,1	78,5	86,6	pkt
B) Zanieczyszczenie opadów atmosferycznych							
4. H <sub>2</sub> SO <sub>4</sub>	7,0	5,0	9,5	8,0	6,0	39	μg/m <sup>3</sup>
	94,1	100	86,8	91,2	97,1	0,0	pkt
C) Zanieczyszczenie hałasem <sup>2</sup>							
5. powyżej 70 dB	5	8	4	0	7	0	% ogółu mieszkańców budynków wy- eksponowa- nych na hałas drogowy
	37,5	0,0	50,0	100	12,5	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	49,8	63,0	52,2	64,8	58,1	57,4	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Raport o stanie środowiska w woj. jeleniogórskim w 1991 r., PIOŚ, WIOŚ, Jelenia Góra, 1992; <sup>2</sup>Raport o stanie środowiska w woj. jeleniogórskim w 1996 r., PIOŚ, WIOŚ, Jelenia Góra, 1997; <sup>3</sup>Raport o stanie środowiska w woj. jeleniogórskim w 1994 r., PIOŚ, WIOŚ, Jelenia Góra, 1995; <sup>4</sup>Raport o stanie środowiska w woj. jeleniogórskim w 1993 r., PIOŚ, WIOŚ, Jelenia Góra, 1994



**Tabela 15.** Wartość potencjalna kategorii „dostępność komunikacyjna miasta”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świera- dów Zdrój	Jednostka miary
A) połączenia kolejowe <sup>1</sup>							
1. pociągi osobowe	81	8	0	20	20	0	liczba
	100	9,9	0,0	24,7	24,7	0,0	pkt
2. pociągi pośpieszne	20	0	0	4	4	0	liczba
	100	0,0	0,0	20,0	20,0	0,0	pkt
B) połączenia autobusowe <sup>2</sup>							
3. autobusy osobowe	240	93	85	42	45	27	liczba
	100	31,0	27,2	7,1	8,5	0,0	pkt
4. autobusy przyśpieszone	10	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
5. autobusy pospieszne	96	3	12	0	2	2	liczba
	100	3,1	12,5	0,0	2,1	2,1	pkt
C) drogi główne <sup>3</sup>							
6. o randze krajowej międzyregionalnej	1	0	0	1	1	0	liczba
	100	0,0	0,0	100	100	0,0	pkt
D) przejścia graniczne							
z Republiką Czeską 7. drogowe <sup>4</sup>	18,5	16,5	0,0	12,0	0,0	0,0	odległość w km od granicz miasta
	0,0	10,8	100	35,1	100	100	pkt
8. na szlakach turystycznych <sup>5</sup>	0	3	0	0	1	1	liczba
	0,0	100	0,0	0,0	33,3	33,3	pkt
z Republiką Federalną Niemiec 9. drogowe <sup>4</sup>	63,0	82,5	80,0	69,0	62,5	38,5	odległość w km od granicz miasta
	44,3	0,0	5,7	30,6	45,5	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	71,6	17,2	16,2	24,2	37,1	26,2	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Rejonowy rozkład jazdy pociągów 24.05.1998–29.05.1999, Polskie Koleje Państwowe, Wrocław, 1998 (maksymalna liczba połączeń – przyjazdów i odjazdów w ciągu doby); <sup>2</sup>Rozkład jazdy autobusów „Jelenia Góra” (ważny od 31.05.1998), Wydawnictwo „Jaremen”, Jelenia Góra, 1998 (maksymalna liczba połączeń – przyjazdów i odjazdów w ciągu doby); <sup>3</sup>Mapa samochodowa woj. jeleniogórskiego (1:150 000), PGK, Katowice, 1996; <sup>4</sup>Karkonosze – mapa turystyczna (1:25 000), PLAN, Jelenia Góra, 1997, oraz wywiady w biurach „IT” przeprowadzone w badanych miastach; <sup>5</sup>Informator jeleniogórski: kultura, turystyka, sport nr 7 (52), lipiec–sierpień 1998

**Tabela 16.** Wartość potencjalna kategorii „komunikacja wewnątrz miasta”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piechowice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) sieć dróg utwardzonych							
1. drogi o randze lokalnej, wojewódzkiej, międzynarodowej	3,3	1,4	0,8	0,9	1,0	3,8	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	83,3	20,0	0,0	3,3	6,7	100	pkt
B) sieć linii MZK							
2. sieć autobusowa <sup>1</sup>	4,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	100	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	pkt
C) oferta parkingów							
3. parkingi płatne/strzeżone	5 2	4 3	0 4	0 4	6 4	3 4	liczba
	83,3	66,7	0,0	0,0	100	50,0	pkt
D) oferta taxi							
4. taksówki	236 6	98 4	17	3 4	20 4	6 4	liczba
	100	40,8	6,1	0,0	7,3	1,3	pkt
Wskaźnik syntetyczny	91,7	31,9	1,5	1,6	28,5	37,8	pkt

Źródło: <sup>1</sup>materiały archiwalne Dyrekcji MZK, Jelenia Góra, lipiec 1998 (dane szacunkowe ze względu na trwające remonty dróg i mostów); <sup>2</sup>wywiad w dziale „REGON”, Urząd Statystyczny, Jelenia Góra, 1998; <sup>3</sup>Informator turystyczny: Karpacz – 1998, CIT, Karpacz 1998; <sup>4</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>5</sup>wywiad – postój TAXI, Kowary, lipiec 1998; <sup>6</sup>wywiad w Dziale Komunikacji, Urząd Miejski, Jelenia Góra, 1998; <sup>7</sup>„Drogi na terenie woj. jeleniogórskiego” – materiały archiwalne Wojewódzkiej Dyrekcji Dróg, Jelenia Góra, 1998 (stan prawny XII 1995)

**Tabela 17.** Wartość potencjalna kategorii „obiekty noclegowe turystyki”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
Pojemność bazy noclegowej							
1. hotele	881	709	80	120	253	307	liczba miejsc noclegowych
	100	78,6	0,0	5,0	21,6	28,3	pkt
2. pensjonaty	20	872	0	0	740	217	liczba miejsc noclegowych
	2,3	100	0,0	0,0	84,9	24,9	pkt
3. domy wycieczkowe	52	0	103	0	66	0	liczba miejsc noclegowych
	50,5	0,0	100	0,0	64,1	0,0	pkt
4. schroniska	35	196	35	0	174	54	liczba miejsc noclegowych
	17,9	100	17,9	0,0	88,8	27,56	pkt
5. schroniska młodzieżowe	26	70	0	61	71	0	liczba miejsc noclegowych
	36,6	98,6	0,0	86,0	100	0,0	pkt
6. ośrodki wczaso- we (bez kwater prywatnych)	0	3284	104	435	2467	413	liczba miejsc noclegowych
	0,0	100	3,2	13,3	75,1	12,6	pkt
7. ośrodki kolonijne	0	121	0	90	0	90	liczba miejsc noclegowych
	0,0	100	0,0	74,4	0,0	74,4	pkt
8. ośrodki szkoleniowo- wypoczynkowe	0	390	0	110	597	136	liczba miejsc noclegowych
	0,0	65,3	0,0	18,4	100	22,8	pkt
9. domy pracy twórczej	0	33	0	0	0	0	liczba miejsc noclegowych
	0,0	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
10. zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych	74	60	0	0	0	0	liczba miejsc noclegowych
	100	81,1	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
11. kempingi	280	0	30	0	115	0	liczba miejsc noclegowych
	100	0,0	10,7	0,0	41,1	0,0	pkt
12. pola biwakowe	0	0	0	0	40	0	liczba miejsc noclegowych
	0,0	0,0	0,0	0,0	100	0,0	pkt

13. pokoje gościnne/kwatery prywatne	28	1045	10	39	1298	242	liczba miejsc noclegowych
	2,1	80,5	0,0	3,0	100	18,6	pkt
14. inne obiekty wykorzystywane dla potrzeb turystyki	20	107	0	0	101	20	liczba miejsc noclegowych
	18,1	100	0,0	0,0	94,4	18,1	pkt
Wskaźnik syntetyczny	30,5	71,7	9,4	14,3	62,1	16,2	pkt

Źródło: Baza turystyczno-wypoczynkowa w woj. jeleniogórskim 1994–96, WUS, Jelenia Góra, 1997, dane za 1996

**Tabela 18.** Wartość potencjalna kategorii „lokalne gastronomiczne”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1</sup>	Karpacz <sup>2</sup>	Kowary <sup>3</sup>	Piechowice <sup>3</sup>	Szklarska Poręba <sup>4</sup>	Świeradów Zdrój <sup>3</sup>	Jednostka miary
Obiekty gastronomiczne							
1. restauracje (nie wykazujące specjalizacji)	44	18	7	1	12	8	liczba
	100	39,5	13,9	0,0	25,6	16,3	pkt
2. restauracje specjalizujące się w kuchni zagranicznej	4*	0	0	1	2	0	liczba
	100	25,0	0,0	25,0	50,0	0,0	pkt
3. restauracje specjalizujące się w kuchni regionalnej	2	0	2	0	1	0	liczba
	100	0,0	100	0,0	50,0	0,0	pkt
4. gospody z atrakcjami (muzyka na żywo, galeria)	0	2	0	0	4	0	liczba
	0,0	50,0	0,0	0,0	100	0,0	pkt
5. kawiarnie	21	6	1	0	12	12	liczba
	100	28,6	4,8	0,0	57,1	57,1	pkt
6. herbaciarnie	0	0	0	0	0	1	liczba
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100	pkt
7. piwiarnie	14*	3	5	3	2	4	liczba
	100	8,3	25,0	8,3	0,0	16,6	pkt
8. bary, bistra	423	19	2	1	24	12	liczba
	100	4,4	0,2	0,0	5,6	32,7	pkt
Wskaźnik syntetyczny	75,0	19,5	17,9	4,2	36,0	24,1	pkt

\*dane szacunkowe

Źródło: <sup>1</sup>wywiad w Urzędzie Miejskim, Wydział Inicjatyw Gospodarczych, Jelenia Góra, 1998; <sup>2</sup>Informator turystyczny: Karpacz – 1998; <sup>3</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>4</sup>Szklarska Poręba – informator turystyczny, 1998

**Tabela 19.** Wartość potencjalna kategorii „infrastruktura konferencyjna”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1</sup>	Karpacz <sup>2</sup>	Kowary <sup>2</sup>	Piecho- wice <sup>2</sup>	Szklarska Poręba <sup>2</sup>	Świeradów Zdrój <sup>2</sup>	Jednostka miary
Pojemność sal konferencyjnych							
sale konferencyjne	989	1315	195	453	1210	1360	łączna liczba miejsc
	68,2	96,1	0,0	22,2	87,1	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	68,2	96,1	0,0	22,2	87,1	100	pkt

Źródło: CIT Jelenia Góra – Internet: [www.saptsit.com.pl](http://www.saptsit.com.pl), 1998**Tabela 20.** Wartość potencjalna kategorii „obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1</sup>	Karpacz <sup>2</sup>	Kowary <sup>3</sup>	Piecho- wice <sup>3</sup>	Szklarska Poręba <sup>4</sup>	Świeradów Zdrój <sup>3</sup>	Jednostka miary
A) obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne							
1. baseny kryte	3	1	0	0	1	1	liczba
	100	33,3	0,0	0,0	33,3	33,3	pkt
2. baseny otwarte	3	1	1	0	1	2	liczba
	100	33,3	33,3	0,0	33,3	66,7	pkt
3. korty tenisowe	9	5	2	0	4	2	liczba
	100	55,6	22,3	0,0	44,5	22,3	pkt
4. boiska sportowe	3	4	1	2	3	1	liczba
	66,7	100	0,0	33,4	66,7	0,0	pkt
5. stadiony sportowe	3	1	1	0	1	1	liczba
	100	33,3	33,3	0,0	33,3	33,3	pkt
6. kręgielnie	1	1	0	0	2	0	liczba
	50,0	50,0	0,0	0,0	100	0,0	pkt
7. stadniny koni/ ośrodki jeździeckie	2	1	2	1	2	2	liczba
	100	0,0	100	0,0	100	100	pkt
8. strzelnice	1	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
9. miniplace do gry w golfa	1	1	0	0	0	0	liczba
	100	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
10. tor do jazdy na rolkach	2	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
11. lodowiska	0	1	0	0	0	2	liczba
	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	100	pkt
12. skocznie narciarskie	0	2	0	0	0	0	liczba
	0,0	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt

B) linearne systemy rekreacyjne							
13. nartostrady	0,0	0,2	0,02	0,0	0,2	0,1	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	0,0	100	10,0	0,0	100	50,0	pkt
14. wyciągi krzesiówkowe (krzesiówkowa kolej linowa)	0,0	0,1	0,0	0,0	0,04	0,0	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	0,0	100	0,0	0,0	40,0	0,0	pkt
15. wyciągi orczykowe i talerzowe	0,0	0,2	0,02	0,0	0,2	0,1	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	0,0	100	10,0	0,0	100	50,0	pkt
16. tory saneczkowe	nie istnieją	istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	istnieją	istnieją/ nie istnieją
	0,0	100	0,0	0,0	0,0	100	pkt
17. ścieżki zdrowia	istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	istnieją/ nie istnieją
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
18. ścieżki dydaktyczne <sup>1,6</sup>	istnieją	istnieją	nie istnieją	istnieją	nie istnieją	nie istnieją	istnieją/ nie istnieją
	100	100	0,0	100	0,0	0,0	pkt
19. szlaki piesze <sup>5</sup>	0,7	2,6	0,8	1,4	1,3	3,0	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	0,0	82,6	4,6	30,4	26,1	100	pkt
20. szlaki rowerowe <sup>3</sup>	0,0	0,3	0,0	0,0	0,6	0,3	łączna długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	0,0	50,0	0,0	0,0	100	50,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	55,8	59,4	10,7	8,2	38,9	35,3	pkt

Źródło: <sup>1</sup>wywiad w Wydziale Kultury, Sportu i Turystyki, Urząd Miejski, Jelenia Góra, 1998; <sup>2</sup>Informator turystyczny: Karpacz – 1998 oraz wywiad w CIT, Karpacz, 1998; <sup>3</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>4</sup>Szklarska Poręba – informator turystyczny 1998 oraz wywiad w CIT, Szklarska Poręba, 1998; <sup>5</sup>arkusze ewidencyjne szlaków, PTTK, Delegatura Sudecka, Jelenia Góra, 1998, oraz mapy: „Województwo jeleniogórskie” (1:150 000), PGK, Katowice, „Karkonosze–Góry Izerskie” (1:50 000), EKO–GRAF, Wrocław, 1996/97; <sup>6</sup>operat udostępniania Parku dla turystyki, JBPIR, Jelenia Góra, 1996



**Tabela 21.** Wartość potencjalna kategorii „wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1</sup>	Karpacz <sup>2</sup>	Kowary <sup>3</sup>	Piechowice <sup>3</sup>	Szklarska Poręba <sup>4</sup>	Świeradów Zdrój <sup>3</sup>	Jednostka miary
Wypożyczalnie							
1. rowerów	1	2	0	0	3	4	liczba
	25,0	50,0	0,0	0,0	75,0	100	pkt
2. sprzętu do uprawiania sportów zimowych	1	2	0	0	10	4	liczba
	10,0	20,0	0,0	0,0	100	40,0	pkt
3. sprzętu do wspinaczki skałkowej	1	1	0	0	2	1	liczba
	50,0	50,0	0,0	0,0	100	50,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	28,3	40,0	0,0	0,0	91,6	63,3	pkt

Źródło: <sup>1</sup>wywiad w Wydziale Kultury, Sportu i Turystyki, Urząd Miejski, Jelenia Góra, 1998; <sup>2</sup>*Informator turystyczny: Karpacz – 1998*, CIT, Karpacz, 1998; <sup>3</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>4</sup>*Szklarska Poręba – informator turystyczny*, MBIT, Szklarska Poręba, 1998

**Tabela 22.** Wartość potencjalna kategorii „usługi rozrywkowe”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1</sup>	Karpacz <sup>2</sup>	Kowary <sup>2</sup>	Piechowice <sup>2</sup>	Szklarska Poręba <sup>2, 3</sup>	Świeradów Zdrój <sup>2</sup>	Jednostka miary
lokale i obiekty rozrywkowe							
1. dyskoteki, lokale taneczne	6	6	2	1	5	6	liczba
	100	100	20,0	0,0	80,0	100	pkt
2. salony gier/kasyna	8	0	0	0	0	1	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	87,5	pkt
Wskaźnik syntetyczny	100	50,0	10,0	0,0	40,0	93,8	pkt

Źródło: <sup>1</sup>*Pokażę Ci moją Jelenią Górę* – przewodnik wydany na zlecenie Urzędu Miejskiego w Jeleniej Górze, 1998; <sup>2</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>3</sup>*Szklarska Poręba – informator turystyczny*, 1998

**Tabela 23.** Wartość potencjalna kategorii „usługi handlowe”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) placówki handlowe <sup>1</sup>							
1. sklepy	1383	122	153	83	134	84	liczba
	100	3,0	5,4	0,0	3,9	0,1	pkt
2. punkty sprzedaży paliw	11	1	3	1	4	1	liczba
	100	0,0	20,0	0,0	30,0	0,0	pkt
3. targowiska stałe	5	0	1	0	1	0	liczba
	100	0,0	20,0	0,0	20,0	0,0	pkt
4. stałe punkty sprzedaży drobnodetalicznej	839	0	7	0	10	0	liczba
	100	0,0	0,8	0,0	1,2	0,0	pkt
B) strefy handlowe <sup>2</sup>							
5. główne ulice handlowe („deptaki”)	3	1	1	1	1	1	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	100	0,6	9,2	0,0	11,0	0,0	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Rocznik statystyczny woj. jeleniogórskiego, 1997, WUS, Jelenia Góra, 1997; <sup>2</sup>kartowanie terenu oraz wywiady z mieszkańcami miast, 1998

**Tabela 24.** Wartość potencjalna kategorii „usługi medyczne”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) personel medyczny <sup>1</sup>							
1. lekarze	27,7	23,4	45,1	5,4	19,4	26,3	liczba/ 10 000 ludności
	56,2	45,3	100	0,0	34,1	52,7	pkt
2. dentyści	6,9	5,4	4,7	4,0	3,6	4,1	liczba/ 10 000 ludności
	100	54,6	33,3	12,1	0,0	15,2	pkt
3. pielęgniarki	84,7	138,3	175,8	14,7	78,9	150,0	liczba/ 10 000 ludności
	43,4	76,7	100	0,0	39,8	84,0	pkt

B) placówki medyczne <sup>1</sup>							
4. szpitale	1126	80	306	0	160	0	liczba łóżek
	100	7,1	27,2	0,0	14,2	0,0	pkt
5. przychodnie	32	1	2	2	1	1	liczba
	100	0,0	13,2	13,2	0,0	0,0	pkt
6. apteki	10	2	2	1	1	1	liczba
	100	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	pkt
C) placówki lecznictwa uzdrowiskowego <sup>2</sup>							
sanatoria uzdrowiskowe, szpitale uzdrowiskowe, sanatoria rehabilitacyjne	884	0	65	0	0	734	łącznie liczba łóżek
	100	0,0	7,4	0,0	0,0	83,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	85,7	27,8	41,7	3,6	12,6	35,6	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Rocznik statystyczny woj. jeleniogórskiego, 1997; <sup>2</sup>Gminy polskie o funkcjach turystycznych i uzdrowiskowych, WUS, Jelenia Góra, 1996 (stan w dniu 31 XII 1994)

**Tabela 25.** Wartość potencjalna kategorii „usługi bankowe”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
Banki	15	2	1	1	1	0	liczba
Wskaźnik syntetyczny	100	13,3	6,7	6,7	6,7	0,0	pkt

Źródło: Województwo jeleniogórskie – informator gospodarczy, Jelenia Góra, 1997

**Tabela 26.** Wartość potencjalna kategorii „infrastruktura komunalna”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) sieć wodno-kanalizacyjna oraz gazowa <sup>1</sup>							
1. sieć wodociągowa	2,2	0,7	0,9	1,0	0,8	0,3	łącznie długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	100	21,1	31,6	36,8	26,3	0,0	pkt
2. sieć kanalizacyjna	1,4	0,6	0,6	0,0	0,3	0,1	łącznie długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	100	42,9	42,9	0,0	21,4	7,1	pkt

3. sieć gazowa	1,8	0,9	0,8	0,3	0,5	0,6	łączy długość km/1 km <sup>2</sup> powierzchni miasta
	100	40,0	33,3	0,0	13,3	20,0	pkt
B) przepustowość komunalnych oczyszczalni ścieków <sup>1</sup>							
4. mechanicznych	84,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	m <sup>3</sup> /doba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
5. biologicznych	40 916	622	5150	0,0	2800	200	m <sup>3</sup> /doba
	100	1,5	12,6	0,0	6,8	0,6	pkt
C) sieć pocztowo-telekomunikacyjna <sup>2</sup>							
6. abonenci telefonii przewodowej	249	340	142	190	187	180	na 10 000 ludności
	54,1	100	0,0	24,3	22,7	19,2	pkt
7. poczty	15	4	2	3	5	4	liczba
	100	15,4	0,0	7,7	23,1	15,4	pkt
Wskaźnik syntetyczny	93,4	31,6	17,2	9,8	16,2	8,9	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Stan gmin w woj. jeleniogórskim w 1996 r., WUS, 1997; <sup>2</sup>Rocznik statystyczny woj. jeleniogórskiego, 1997, WUS, Jelenia Góra, 1997

**Tabela 27.** Wartość potencjalna kategorii „zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) zabytki <sup>1</sup>							
1. kościoły	7	3	1	1	2	1	liczba
	100	42,9	14,3	14,3	28,6	14,3	pkt
2. klasztory	1	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
3. inne budowle sakralne	7	1	1	0	0	0	liczba
	100	14,3	14,3	0,0	0,0	0,0	pkt
4. zamki	2	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
5. budynki użyteczności publicznej i przemysłowe	19	5	8	3	4	5	liczba
	100	12,5	31,3	0,0	6,3	12,5	pkt
6. pałace i dwory	3	0	3	1	0	0	liczba
	100	0,0	100	33,4	0,0	0,0	pkt

7. domy i budynki mieszkalne	136	3	43	3	9	5	liczba
	100	0,0	30,1	0,0	4,5	1,5	pkt
8. zabytkowe parki i ogrody	3	0	3	2	2	1	liczba
	100	0,0	100	66,7	66,7	33,4	pkt
9. fortyfikacje, mury obronne, baszty, bramy	istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	nie istnieją	istnieją/ nie istnieją
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
10. ratusz	istnieje	nie istnieje	istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	0,0	100	0,0	0,0	0,0	pkt
11. zabytkowe cmentarze	2	1	0	1	1	0	liczba
	100	50,0	0,0	50,0	50,0	0,0	pkt
B) instytucje kulturalne i kulturalno-oświatowe							
12. muzea <sup>9</sup>	3	2	0	1	5	1 <sup>2</sup>	liczba
	60,0	40,0	0,0	20,0	100	20,0	pkt
13. biblioteki <sup>3</sup>	9	6	2	1	3	5	liczba
	100	62,5	12,5	0,0	25,0	50,0	pkt
14. archiwa <sup>4</sup>	1	0	0	0	0	0	liczba
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
15. galerie i antykwariaty	11 <sup>8</sup>	3 <sup>6</sup>	1 <sup>7</sup>	0 <sup>7</sup>	2 <sup>5</sup>	2 <sup>2</sup>	liczba
	100	27,3	9,1	0,0	18,2	18,2	pkt
C) pozostałe osobliwości <sup>9</sup>							
16. promenady/deptaki	2	0	1	0	0	1	liczba
	100	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	pkt
17. fontanny	2	0	1	0	0	1	liczba
	100	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	pkt
18. mosty	1	0	1	0	0	1	liczba
	100	0,0	100	0,0	0,0	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	97,7	13,9	33,9	10,2	16,6	19,4	pkt

Źródło: <sup>1</sup>Rejestr zabytków woj. jeleniogórskiego, t. 2, dział A, zabytki nieruchome, Wojewódzki Konserwator Zabytków, Jelenia Góra, 1998; <sup>2</sup>Świeradów Zdrój – informator miejski, CIT, Świeradów Zdrój, 1997;

<sup>3</sup>Organizacja i zagospodarowanie przestrzeni w woj. jeleniogórskim, WUS, Jelenia Góra, 1996; <sup>4</sup>Województwo jeleniogórskie – informator gospodarczy, Jelenia Góra, 1997; <sup>5</sup>Szklarska Poręba – informator turystyczny, MBIT, 1998; <sup>6</sup>Informator turystyczny: Karpacz – 1998; <sup>7</sup>Informator turystyczny woj. jeleniogórskiego 1996/97, PAPIT, Jelenia Góra, 1996; <sup>8</sup>wywiad w Wydziale Inicjatyw Gospodarczych, Urząd Miejski, Jelenia Góra, 1998; <sup>9</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998

**Tabela 28.** Wartość potencjalna kategorii „ imprezy kulturalne i sportowe”

Kryteria oceny	Jelenia Góra <sup>1, 5</sup>	Karpacz <sup>1, 5</sup>	Kowary <sup>1, 4</sup>	Piechowice <sup>1</sup>	Szklarska Poręba <sup>1, 2</sup>	Świeradów Zdrój <sup>1</sup>	Jednostka miary
A) teatr, literatura, film							
1. teatr miejski	istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
2. teatry uliczne	istnieją	nie istnieją	nie istnieją	istnieją	istnieją	istnieją	istnieją/ nie istnieją
	100	0,0	0,0	100	100	100	pkt
3. kino	3	1	1	0	1	1	liczba
	100	33,3	33,3	0,0	33,3	33,3	pkt
4. pozostałe imprezy (oprócz teatru i kina)*	20	1	10	3	6	1	liczba/rok
	100	0,0	50,0	10,5	26,3	0,0	pkt
B) muzyka							
5. filharmonia	istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	0	0	0	0	0	pkt
6. orkiestra miejska	istnieje	nie istnieje	istnieje	nie istnieje	nie istnieje	nie istnieje	istnieje/ nie istnieje
	100	0	100	0	0	0	pkt
7. pozostałe imprezy muzyczne*	7	0	4	0	1	6	liczba/rok
	100	0,0	57,2	0,0	41,3	85,7	pkt
C) sport							
8. ponadregionalne imprezy sportowe*	8	10	7	6	21	2	liczba/rok
	31,6	42,1	26,3	21,1	100	0,0	pkt
9. pozostałe imprezy sportowe*	10	9	8	2	14	1	liczba/rok
	69,2	61,5	53,9	7,7	100	0,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	89,0	15,2	35,6	15,5	44,5	24,3	pkt

\*imprezy cykliczne (organizowane co najmniej od 3 lat)

Źródło: <sup>1</sup>wywiady w CIT-ach w badanych miastach, 1998; <sup>2</sup>Szklarska Poręba – kalendarz imprez na 1998 r.;

<sup>3</sup>Informator turystyczny: Karpacz – 1998, CIT, Karpacz, 1998; <sup>4</sup>Materiały Miejskiego Ośrodka Kultury, Kowary, 1998; <sup>5</sup>Informator jeleniogórski: kultura, turystyka, sport, lipiec–sierpień 1998, oraz materiały archiwalne Wydziału Kultury, Sportu i Turystyki, Urząd Miejski, Jelenia Góra, 1998



**Tabela 29.** Wartość potencjalna kategorii „budżet miasta”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
A) dochody budżetów gmin							
1. ogółem na jednego mieszkańca	711,9 1	1537,66	710,52	862,49	890,53	901,31	PLN/rok
	0,2	100	0,0	18,3	21,8	23,1	pkt
B) wydatki budżetów gmin							
2. na wypoczynek (kulturę i sztukę, sport) oprócz promocji	3,2	2,4	2,9	2,6	2,3	3,7	[%] udział w ogóle wydatków gminy
	64,3	7,1	42,9	21,4	0,0	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	32,2	53,6	21,5	19,9	10,9	61,5	pkt

Źródło: *Stan gmin woj. jeleniogórskiego w 1996 r.*, WUS, Jelenia Góra, 1997**Tabela 30.** Wartość potencjalna kategorii „obsługa ruchu turystycznego”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
osoby pracujące w branży turystycznej							
1. w biurach podróży	32	15	0	2	9	2	liczba
	100	46,9	0,0	6,2	28,1	6,2	pkt
2. w hotelach i restauracjach <sup>1</sup>	492	460	19	63	370	62	liczba
	100	93,2	0,0	9,3	74,2	9,1	pkt
3. w Centrach Informacji Turystycznej	4	3	1	1	4	2	liczba
	100	66,7	0,0	0,0	100	33,3	pkt
4. w Ośrodkach Sportu i Rekreacji	21	3	6	0	15	0	liczba
	100	14,3	28,6	0,0	71,4	0,0	pkt
5. przewodnicy	43	21	0	4	28	5	liczba
	100	48,8	0,0	9,3	65,1	11,6	pkt
6. piloci wycieczek	0	10	0	0	50	0	liczba
	0,0	20,0	0,0	0,0	100	0,0	pkt
7. pracownicy społeczni	0	0	0	0	0	5	liczba
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	73,8	53,1	12,4	11,9	61,0	19,2	pkt

Źródło: materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze (dane za 1996 r.); <sup>1</sup>*Rocznik statystyczny woj. jeleniogórskiego, 1997*, WUS, Jelenia Góra, 1997

**Tabela 31.** Wartość potencjalna kategorii „gościnność mieszkańców”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
stopień gościnności ludności miejscowej							
1. bardzo wysoki	37,5	50,7	27,0	27,1	36,1	57,7	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	32,7	76,7	0,0	0,3	28,0	100	pkt
2. wysoki	40,2	29,1	34,3	43,8	33,3	34,6	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	75,5	0,0	35,4	100	28,6	37,4	pkt
3. niski	0,8	1,1	0,0	4,7	3,6	0,0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	83,0	76,6	100	0,0	23,4	100	pkt
4. bardzo niski	2,7	1,3	2,7	6,3	5,3	0,0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	57,1	79,4	57,1	0,0	15,9	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	62,1	58,2	48,1	25,1	24,0	84,4	pkt

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów archiwalnych Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze (dane za 1996 r.)

**Tabela 32.** Wartość potencjalna kategorii „poczucie bezpieczeństwa”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
stopień poczucia bezpieczeństwa:							
1. bardzo wysoki	1,2	11,5	10,0	7,0	9,3	11,0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	0,0	100	84,1	52,1	76,6	94,7	pkt
2. wysoki	55,3	44,9	70,0	90,0	65,1	32,0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	40,2	22,0	65,3	100	57,1	0,0	pkt
3. niski	17,0	12,8	0,0	0,0	4,7	41,0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	58,5	68,8	100	100	88,5	0,0	pkt
4. bardzo niski	0	0	0	0	0	0	[%] ogółu respondentów przyznających daną notę
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wskaźnik syntetyczny	24,7	47,8	62,4	63,0	55,6	23,7	pkt

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów archiwalnych Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze (dane za 1996 r.)

**Tabela 33.** Wartość potencjalna kategorii „informacja turystyczna”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
źródła informacji turystycznej							
1. Biura Informacji Turystycznej <sup>1</sup>	2	2	1	1	1	1	liczba
	100	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
2. „IT” w Internecie <sup>2</sup>	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak/nie
	100	100	100	100	100	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	100	100	50,0	50,0	50,0	50,0	pkt

Źródło: <sup>1</sup>materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze (dane za 1996 r.); <sup>2</sup>CIT Jelenia Góra – Internet: [www.saptsit.com.pl](http://www.saptsit.com.pl), 1998

**Tabela 34.** Wartość potencjalna kategorii „działania marketingowe”

Kryteria oceny	Jelenia Góra	Karpacz Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary	
A) rola marketingu w rozwoju funkcji turystycznej w gminie (mieście)							
1. rola marketingu (promocji turystycznej) w aktywizacji gospodarczej gminy	2	3	3	1	3	2	max 1 pkt min 4 pkt
	50,0	0,0	0,0	100	0,0	50,0	pkt
2. środki finansowe przeznaczone na promocję turystyczną gminy	×	×	×	×	×	×	PLN/rok
	20	100	8,3	5,1	36,6	0,0	pkt
B) działania promocyjne finansowane przez gminę (miasto)							
3. wydawnictwa promocyjne	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak/nie
	100	100	100	100	100	100	pkt
4. dofinansowanie ośrodka „IT”	nie	tak	tak	nie	tak	tak	tak/nie
	100	100	100	0,0	100	100	pkt
5. dofinansowanie udziału gminy w targach turystycznych	tak	tak	nie	tak	tak	tak	tak/nie
	100	100	0,0	100	100	100	pkt
6. reklamy w mass mediach	tak	tak	nie	nie	tak	nie	tak/nie
	100	100	0,0	0,0	100	0,0	pkt
7. imprezy promujące atrakcje turystyczne gminy	tak	tak	nie	nie	tak	tak	tak/nie
	100	100	0,0	0,0	100	100	pkt
Wskaźnik syntetyczny	81,4	85,7	29,8	43,5	76,7	64,2	pkt

×

 – dane tajne.

Źródło: materiały archiwalne Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Oddział w Jeleniej Górze (badania ankietowe przeprowadzone w urzędach miejskich w 1996 r.)

Tabela 35. Atrakcyjność turystyczna Jeleniej Góry – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSiT UM		
	w <sub>i</sub>	c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub>	c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub>	d <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> d <sub>i</sub>
Przyrodnicze									
Urozmaicona rzeźba terenu	6	14	84	6	10	60	1	1	1
Korzystne warunki klimatyczne	–	0	0	–	0	0	1	1	1
Korzystne warunki do uprawiania lotniarstwa i szybownictwa (miasto jest liczącym się w kraju szybowcowym „zagłębiem diamentowym”)	–	0	0	–	0	0	4	1	4
Park Zdrojowy, tereny zielone	1	14	14	5	12	60	–	0	0
Wody mineralne termalne	1	4	4	1	5	5	6	1	6
Kulturowe									
Zabytki, kościoły (w tym przede wszystkim kościół pod wezwaniem św. św. Erazma i Pankracego)	1	5	5	1	7	7	6	1	6
Muzeum Przyrodnicze	5	3	15	2	0	0	6	0	0
Muzeum Karkonoskiego Parku Narodowego	3	2	6	–	0	0	6	0	0
Stary Rynek z ratuszem oraz zachowaną kompletną zabudową podcieniową obejmującą 55 mieszkańskich kamieniczek	5	14	70	3	1	3	6	1	6
Galerie sztuki i fotografii	1	5	5	–	0	0	–	0	0
Imprezy kulturalne i sportowe	–	0	0	1	1	1	1	1	1
Teatry uliczne	6	2	12	2	5	10	6	1	6
Przyrodniczo-kulturowe									
Enklawa Karkonoskiego Parku Narodowego z Zamkiem Chojnik	6	10	60	6	23	138	6	1	6
Cieplice (uzdrowisko, zabytkowa starówka)	6	18	108	4	8	32	6	1	6
Całe miasto	1	5	5	2	1	2	–	0	0
Sąsiedztwo znanych miejscowości turystycznych (Karpacza i Szklarskiej Poręby) oraz bliskość granicy państwowej z Republiką Czeską i RFN	–	0	0	2	–	0	1	1	1
Baza materialno-techniczna rekreacji									
Bardzo dobra dostępność komunikacyjna	–	0	0	2	0	0	1	1	1
Basen (przy ul. Sudeckiej)	–	0	0	1	26	26	–	0	0
Obiekty sportowe (korty tenisowe, siłownie, boiska, bieżnie, stadiony)	–	0	0	1	10	10	–	0	0
Kąpielisko „Rakownica”	–	0	0	1	5	5	–	0	0

Dom Zdrojowy w Cieplicach, obiekty uzdrowiskowe i sanatoryjne	1	14	14	1	2	2	1	1	1
Dobrze rozwinięta baza noclegowa i gastronomiczna	–	0	0	–	0	0	1	1	1
Średnia ważona	~	~	5,2	~	~	4,3	~	~	0,5

14% mieszkańców nie potrafiło wskazać atrakcji turystycznych, a 5% nie udzieliło odpowiedzi; 23% turystów nie udzieliło odpowiedzi

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turystów, mieszkańców);  $d_i$ : 1 – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

**Tabela 36.** Atrakcyjność turystyczna Karpacza – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSit UM		
	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$d_i$	$w_i d_i$
Przyrodnicze									
Góry (Karkonoski Park Narodowy)	6	50	300	6	52	312	6	1	6
Śnieżka	5	10	50	5	21	105	6	1	6
Wodospady	1	10	10	1	10	10	–	0	0
Krucze Skały	–	0	0	1	10	10	–	0	0
Słonecznik	–	0	0	2	0	0	–	0	0
Pielgrzymy	–	0	0	2	0	0	–	0	0
Mała Kopa	–	0	0	1	3	3	–	0	0
Wielki i Mały Staw	–	0	0	–	0	0	6	0	0
Lasy	–	0	0	5	6	30	–	0	0
Kulturowe									
Świątynia Wang	6	10	60	5	45	225	6	0	0
Muzeum Zabawek	6	5	30	1	39	39	6	0	0
Muzeum Sportu i Turystyki Regionu Karkonoszy	4	5	20	1	37	37	–	0	0
Kino	2	1	2	–	0	0	–	0	0
Historia i legendy o Walończykach i laborantach	1	0	0	–	0	0	4	0	0
Przyrodniczo-kulturowe									
Całe miasto	6	5	30	4	3	12	–	0	0
Możliwość czynnego wypoczynku w ciągu całego roku	–	0	0	–	0	0	–	1	1



Baza materialno-techniczna rekreacji										
Schronisko „Samotnia”	5	2	10	3	3	9	–	0	0	
Schronisko „Strzecha Akademicka”	5	2	10	3	5	15	–	0	0	
Schronisko na Śnieżce	3	1	3	2	3	6	–	0	0	
Schronisko na Równi pod Śnieżką („Śląski Dom”)	2	1	2	2	2	4	–	0	0	
Schronisko „Odrodzenie”	2	1	2	2	2	4	–	0	0	
Schronisko „Nad Łomniczką”	2	1	2	2	0	0	–	0	0	
Hotele, domy wczasowe	–	0	0	1	3	3	–	0	0	
Nartostrady	1	29	29	4	10	40	–	0	0	
Wyciągi orczykowe	–	0	0	3	6	18	–	0	0	
Skocznia narciarska „Orlinek”	1	7	7	1	10	10	–	0	0	
Wyciąg krzesełkowy na Małą Kopę	–	0	0	3	12	36	6	0	0	
Basen	–	0	0	1	11	11	–	0	0	
Stadion	–	0	0	1	11	11	–	0	0	
Korty tenisowe	–	0	0	1	7	7	–	0	0	
Lodowisko	–	0	0	1	1	1	–	0	0	
Kawiarnie i puby	1	11	11	1	3	3	–	0	0	
Kino	–	0	0	1	10	10	–	0	0	
Dyskoteki	–	0	0	1	5	5	–	0	0	
Lokale nocne	–	0	0	1	1	1	–	0	0	
Centrum Pneumatologii Dziecięcej	–	0	0	–	0	0	4	0	0	
Średnia ważona	~	~	5,7	~	~	5,8	~	~	0,7	

6% mieszkańców nie udzieliło odpowiedzi

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turyistów, mieszkańców);  $d_i$  – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

**Tabela 37.** Atrakcyjność turystyczna Kowar – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSiT UM			
	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$d_i$	$w_i d_i$	
Przyrodnicze										
Ukształtowanie terenu – góry (przede wszystkim Karkonosze, Rudawy Janowickie, Skalnik, Skalka Kowarska)	6	33	198	6	24	144	6	1	6	
Lasy, parki	1	11	11	6	1	6	–	0	0	
Dobre warunki do uprawiania narciarstwa zjazdowego, narciarstwa biegowego, lotniarstwa, paralotniarstwa, turystyki pieszej i rowerowej	1	1	1	3	1	3	4	1	4	

Kulturowe									
Stare Miasto z licznymi odrestaurowanymi zabytkami	–	0	0	1	10	10	4	1	4
Stary Dwór	–	0	0	1	5	5	–	0	0
Kościół Najświętszej Marii Panny	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Kaplica św. Anny (w Wojkowie)	2	1	2	2	3	6	–	0	0
Pozostałości po zakładach R-1 (kopalnia uranu) – inhalatorium radonowe i liczne sztolnie, które po wykonaniu niezbędnych badań i zabezpieczeń mogą stanowić unikatową atrakcję miasta	–	0	0	–	0	0	1	1	1
Życie kulturalne: w mieście przebywał i tworzył grafik J. Giełniak; obecnie mieszka tu wielu twórców, którzy po stworzeniu odpowiednich warunków mogliby prowadzić tzw. „otwarte pracownie” i organizować plenery (np. malarskie lub fotograficzne)	–	0	0	–	0	0	1	1	1
Przyrodniczo-kulturowe									
Deptak	–	0	0	1	5	5	–	0	0
Całe miasto	–	0	0	2	1	2	–	0	0
Baza materialno-techniczna rekreacji									
Zalew miejski usytuowany przy fabryce dywanów (gdyby był zadbany)	–	0	0	1	21	21	–	0	0
Hotel „Przedwiośnie”	–	0	0	1	9	9	–	0	0
Hotel „Harnaś”	–	0	0	1	3	3	–	0	0
Schroniska (np. „Nad Jedlicą”)	1	22	22	2	4	8	–	0	0
Dyskoteki	–	0	0	1	9	9	–	0	0
Kino	–	0	0	1	5	5	–	0	0
Stadion	–	0	0	1	7	7	–	0	0
Stadnina koni	1	1	1	1	5	5	–	0	0
Basen	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Korty tenisowe	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Wyciągi narciarskie	1	5	5	4	1	4	–	0	0
Szpital „Bukowiec”	1	1	1	2	1	2	–	0	0
Średnia ważona	~	~	5,0	~	~	2,2	~	~	0,5

10% mieszkańców nie udzieliło odpowiedzi, a 20% stwierdziło, że w Kowarach nie ma żadnych atrakcji turystycznych

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turyistów, mieszkańców);  $d_i$  1 – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

Tabela 38. Atrakcyjność turystyczna Piechowic – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSiT UM		
	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$d_i$	$w_i d_i$
Przyrodnicze									
Góry (Karkonoski Park Narodowy)	6	61	366	6	65	390	6	1	6
Śnieżne Kotły	5	5	25	6	4	24	6	1	6
Wielki Szyszak	1	1	1	–	0	0	4	1	4
Czarny Kocił Jagniątkowski	1	2	2	–	0	0	6	1	6
Wodospad Szklarki	6	10	60	5	4	20	6	1	6
Południowy stok G. Izerskich – Grzbiet	1	11	11	2	3	6	1	1	1
Kamieniecki z kulminacją Bobrowych Skał, które stanowią dobrą bazę do wspinaczki skałkowej									
Groty w skałach	–	0	0	2	3	6	–	0	0
Pomniki przyrody (np. 700-letni cis)	1	3	3	2	3	6	1	1	1
Lasy (np. w okolicach Michałowic), parki	1	28	28	5	4	20	–	0	0
Kulturowe									
Dom G. Hauptmanna (Jagniątków)	4	10	40	2	3	6	4	1	4
Prywatne teatry: „Nasz teatr” i „Teatr Cinema”	1	1	1	–	0	0	1	1	1
Zabytkowa architektura w Piastowie, Jagniątkowie, Michałowicach i centrum Piechowic	1	1	1	–	0	0	1	1	1
Przyrodniczo-kulturowe									
Całe miasto, idealne warunki dla rozwoju turystyki „wyciszonej” – rodzinnej oraz ekologicznej	1	1	1	1	11	11	1	1	1
Piękne krajobrazy	1	4	4	5	9	45	–	0	0
Baza materialno-techniczna rekreacji									
Hotel „Silesia”	1	1	1	1	4	4	–	0	0
Pensjonat „Grzybowiec”	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Pensjonat „Mak”	–	0	0	1	1	1	–	0	0
„Apartamenty”	–	0	0	1	1	1	–	0	0
Schronisko „Kochanówka”	3	5	15	3	3	9	–	0	0
Stadion	1	0	0	1	8	8	–	0	0
Stadnina koni	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Restauracje	–	0	0	1	1	1	–	0	0
Bardzo dobrze rozwinięta sieć szlaków turystycznych pieszych (centrum Karkonoszy), szlak rowerowy, bardzo dobre warunki do rozwoju narciarstwa biegowego	1	1	1	3	0	0	1	1	0
Średnia ważona	~	~	5,2	~	~	5,2	~	~	0,5

Mieszkańcy: nie ma takich miejsc w Piechowicach, są za to w okolicy 8%; brak: kina 4%, basenu 4%, klubu 1%; trudno takie wskazać 1%

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turyistów, mieszkańców);  $d_i$  – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

Tabela 39. Atrakcyjność turystyczna Szklarskiej Poręby – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSiT UM		
	w <sub>i</sub>	c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub>	c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> c <sub>i</sub>	w <sub>i</sub>	d <sub>i</sub>	w <sub>i</sub> d <sub>i</sub>
Przyrodnicze									
Góry (Karkonosze i Góry Izerskie)	6	46	276	6	80	480	6	1	6
Wodospad Kamieńczyka	6	4	24	5	27	135	6	1	6
Groty	1	0	0	2	26	52	1	1	1
Szrenica	5	10	50	3	10	30	6	1	6
Łabski Szczyt	–	0	0	2	0	0	–	0	0
Chybotek	–	0	0	3	4	12	–	0	0
Wysoki Kamień	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Krucze Skały	–	0	0	2	3	6	–	0	0
Jaskinie	–	0	0	1	3	3	–	0	0
Złoty Widok	–	0	0	2	3	6	–	0	0
Parki, lasy	–	0	0	5	7	35	–	0	0
Specyficzne warunki klimatyczne – zaleganie pokrywy śnieżnej od października do maja	–	0	0	–	0	0	1	1	1
Kulturowe									
Muzea (w szczególności Muzeum Mineralogiczne)	5	5	25	1	5	5	6	0	0
Dom G. Hauptmanna	1	2	2	–	0	0	6	0	0
Przyrodniczo-kulturowe									
Zakręt Śmierci	2	0	0	3	5	15	4	0	0
Całe miasto	5	3	15	4	0	0	–	0	0
Baza materialno-techniczna rekreacji									
Nartostrady na zboczach Szrenicy (sztucznie dośnieżane) dają możliwość uprawiania różnych rodzajów sportów zimowych	1	32	32	6	9	54	4	1	4
Wyciągi narciarskie	1	32	32	5	9	45	1	1	1
Wyciąg krzesełkowy na Szrenicę	1	20	20	3	19	57	6	1	6
Stadion miejski, obiekty sportowe	–	0	0	1	7	7	–	0	0
Basen	–	0	0	1	4	4	–	0	0
Schronisko „Na Hali Szrenickiej”	2	2	4	2	1	2	–	0	0
Schronisko „Na Szrenicy”	3	3	9	2	1	2	–	0	0
Schronisko „Pod Łabskim Szczytem”	6	3	18	2	1	2	–	0	0
Domy wypoczynkowe	1	6	6	1	5	5	–	0	0
Centrum rehabilitacji rolników	–	0	0	1	1	1	–	0	0

Restauracje, puby, kawiarnie	1	8	8	1	1	1	–	0	0
Dyskoteki	–	0	1	1	1	1	–	0	0
Trasy rowerowe	1	21	21	4	1	4	4	0	0
Zagospodarowanie turystyczne masywu Szrenicy i Jakuszyce	–	0	0	3	3	9	1	1	1
Dobra dostępność komunikacyjna; bliskość Pragi, Berlina i Wrocławia	–	0	0	2	0	0	1	1	1
Średnia ważona	~	~	5,7	~	~	6,2	~	~	0,6

12% turystów nie udzieliło odpowiedzi

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turystów, mieszkańców);  $d_i$ : 1 – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

**Tabela 40.** Atrakcyjność turystyczna Świeradowa Zdroju – opinie respondentów

Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej	Turyści			Mieszkańcy			Pracownicy WKSiT UM		
	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$c_i$	$w_i c_i$	$w_i$	$d_i$	$w_i d_i$
Przyrodnicze									
Góry, kontakt z przyrodą	6	50	300	6	25	150	6	1	6
Położenie geograficzne miasta wśród gór, nad rzeką, blisko granic państwowych	1	54	54	2	27	54	1	1	1
Bogactwo zieleni: lasy i parki miejskie z licznymi pomnikami przyrody (w szczególności Park Zdrojowy)	3	28	84	5	33	165	1	1	1
Dobry stan środowiska przyrodniczego miasta (czystość, brak zakładów przemysłowych)	–	0	0	1	24	24	–	0	0
Wody mineralne wykorzystywane od wieków do kuracji uzdrowiskowej	1	42	42	3	17	51	6	1	6
Warunki klimatyczne: świeże powietrze, bodźcowość klimatu	1	38	38	3	14	42	4	1	4
Dobre warunki do uprawiania narciarstwa zjazdowego i biegowego oraz turystyki pieszej i rowerowej	1	45	45	2	10	20	1	1	1
Kulturowe									
Zabytki	1	3	3	1	6	6	1	1	1
Architektura miasta	1	3	3	–	0	0	–	0	0
Plenery malarskie i teatralno-muzyczne, Dni Świeradowa Zdroju, koncerty Orkiestry Wojskowej, pikniki, Dni Kwitnących Rododendronów, Festiwal Muzyki Elektronicznej	1	14	14	1	33	33	1	1	1

Hala Domu Zdrojowego, w której odbywają się koncerty muzyki kameralnej oraz mieści się galeria sztuki	1	35	35	1	26	26	–	0	0
Muzea (sztuki współczesnej i malarstwa)	1	1	1	1	13	13	–	0	0
Młodzieżowy Dom Kultury	–	0	0	–	0	0	–	0	0
Sympatyczni mieszkańcy	1	10	10	1	10	10	–	0	0
Cisza i spokój, brak tłoku, zgiełku oraz gwaru	1	8	8	3	2	6	–	0	0
Przyrodniczo-kulturowe									
Deptak	1	15	15	1	6	6	–	0	0
Malownicze krajobrazy	1	2	2	3	3	9	–	0	0
Całe miasto	2	2	4	2	0	0	–	0	0
Baza materialno-techniczna rekreacji									
Obiekty sanatoryjne (Dom Zdrojowy w Świeradowie Zdroju i Czerniawie Zdroju, zabiegi w uzdrowisku: kąpiele radoczystne i borowinowe)	1	28	28	1	4	4	6	1	6
Schronisko na Stogu Izerskim	1	5	5	2	20	40	–	0	0
Hotele, pensjonaty (w tym szczególnie „Marzenie”, „Malachit”, „Izery” i „Stokrotka”)	1	12	12	1	16	16	1	1	1
Wyciągi narciarskie	1	18	18	6	19	144	4	1	0
Trasy narciarskie	1	2	2	5	4	20	4	1	0
Basen miejski	–	0	0	1	17	17	–	0	0
Siłownie, boiska	–	0	0	1	11	11	–	0	0
Tor saneczkowy	–	0	0	1	7	7	–	0	0
Gęsta sieć szlaków turystycznych pieszych i rowerowych (w tym szczególnie atrakcyjne szlaki wiodące na Stóg Izerski, Sępią Górę i Halę Izerską)	1	23	23	1	11	11	4	1	0
Dobra dostępność komunikacyjna	1	5	5	–	0	0	–	0	0
Wysoka jakość usług	1	5	5	–	0	0	–	0	0
Przejście graniczne do Czech Czerniawa Zdrój–Novè Místo pod Smrkem	1	10	10	2	0	0	1	1	0
Średnia ważona	~	~	5,6	~	~	6,0	~	~	0,5

$w_i$  – współczynnik wagi, (–) dana grupa respondentów (turyści, mieszkańcy, urzędnicy) nie wymieniła danej atrakcji,  $c_i$  – odsetek respondentów (turyستów, mieszkańców);  $d_i$ : 1 – wskazany czynnik decydujący o atrakcyjności turystycznej miasta, 0 – czynnik nie wskazany

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

**Tabela 41.** Stopień atrakcyjności turystycznej badanych miast w opinii respondentów

Ranga atrakcyjności turystycznej wg opinii:	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
Turystów	5,2	5,7	5,0	5,2	5,5	5,6	Średnia ważona
Wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej ( $W_{AT}$ )	28,6	100	0,0	28,6	100	85,7	pkt
Mieszkańców	4,3	5,8	2,2	5,2	6,2	6,0	Średnia ważona
Wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej ( $W_{AM}$ )	52,5	90,0	0,0	75,0	100	95,0	pkt
Pracowników WKSiT UM	0,6	0,7	0,5	0,5	0,6	0,5	Średnia ważona
Wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej ( $W_{AU}$ )	85,7	100	0,0	0,0	85,7	0,0	pkt

**Tabela 42.** Stopień zadowolenia z wybranych elementów oferty turystycznej badanych miast – opinie turystów

Stopień zadowolenia z poszczególnych elementów oferty turystycznej	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piecho- wice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój	Jednostka miary
Walory krajobrazowe							
Bardzo wysoki	71	38	53	67	9	60	[%] resp.
	100	46,8	71,0	93,5	0,0	82,3	pkt
Wysoki	21	48	38	23	6	20	[%] resp.
	35,7	100	76,2	40,5	0,0	33,3	pkt
Niski	6	0	0	0	0	0	[%] resp.
	0,0	100	100	100	100	100	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	0	0	[%] resp.
	100	100	100	100	100	100	pkt
Warunki klimatyczne							
Bardzo wysoki	71	18	23	21	24	0	[%] resp.
	100	5,4	32,4	29,6	33,8	0,0	pkt
Wysoki	22	27	51	42	47	20	[%] resp.
	6,5	22,6	100	71,0	87,1	0,0	pkt



Niski	0	9	4	4	0	30	[%] resp.
	100	70,0	86,7	86,7	100	0,0	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	0	0	[%] resp.
	100	100	100	100	100	100	pkt
Stan środowiska przyrodniczego							
Bardzo wysoki	3	4	12	11	9	15	[%] resp.
	0,0	8,3	75,0	66,7	50,0	100	pkt
Wysoki	34	34	43	44	31	44	[%] resp.
	23,1	23,1	92,3	100	0,0	100	pkt
Niski	11	7	7	11	9	13	[%] resp.
	33,3	100	100	33,3	66,7	0,0	pkt
Bardzo niski	0	0	0	6	2	0	[%] resp.
	100	100	100	0,0	66,7	100	pkt
„Klimat akustyczny”							
Bardzo wysoki	7	19	21	31	22	0	[%] resp.
	22,6	61,3	67,7	100	71,0	0,0	pkt
Wysoki	29	43	48	27	53	30	[%] resp.
	7,7	61,5	80,8	0,0	100	11,5	pkt
Niski	21	0	5	9	0	0	[%] resp.
	0,0	100	76,2	57,1	100	100	pkt
Bardzo niski	7	0	0	0	0	0	[%] resp.
	0,0	100	100	100	100	100	pkt
Dostępność komunikacyjna miasta							
Bardzo wysoki	37	42	32	38	35	13	[%] resp.
	82,8	100	65,5	86,2	75,9	0,0	pkt
Wysoki	41	24	6	48	24	50	[%] resp.
	79,5	40,9	0,0	95,5	40,9	100	pkt
Niski	6	6	6	0	11	24	[%] resp.
	75,0	75,0	75,0	100	54,2	0,0	pkt
Bardzo niski	6	2	6	2	4	6	[%] resp.
	0,0	100	0,0	100	50,0	0,0	pkt
Możliwość komunikacji na terenie miasta							
Bardzo wysoki	0	1	0	0	0	0	[%] resp.
	0,0	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wysoki	21	33	35	17	12	17	[%] resp.
	39,1	91,3	100	21,7	0,0	21,7	pkt

Niski	9	5	10	0	8	43	[%] resp.
	79,1	88,4	76,7	100	84,4	0,0	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	0	4	[%] resp.
	1000	100	100	100	100	0,0	pkt
Baza noclegowa							
Bardzo wysoki	4	21	0	17	12	0	[%] resp.
	19,0	100	0,0	81,0	57,1	0,0	pkt
Wysoki	75	56	75	67	58	20	[%] resp.
	100	65,5	100	85,5	69,1	0,0	pkt
Niski	0	0	0	0	0	20	[%] resp.
	100	100	100	100	100	0,0	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	3	0	[%] resp.
	100	100	100	100	0,0	100	pkt
Baza gastronomiczna							
Bardzo wysoki	4	8	5	17	3	6	[%] resp.
	7,1	35,7	14,3	100	0,0	21,4	pkt
Wysoki	64	74	80	67	74	20	[%] resp.
	73,3	90,0	100	78,3	90,0	0,0	pkt
Niski	9	5	5	0	4	0	[%] resp.
	0,0	44,4	44,4	100	44,4	100	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	3	0	[%] resp.
	100	100	100	100	0,0	100	pkt
Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne							
Bardzo wysoki	0	9	0	0	0	0	[%] resp.
	0,0	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wysoki	19	33	25	17	19	10	[%] resp.
	39,1	100	65,2	30,4	39,1	0,0	pkt
Niski	19	27	30	0	33	20	[%] resp.
	42,4	18,2	9,1	100	0,0	39,4	pkt
Bardzo niski	0	5	0	0	0	0	[%] resp.
	100	0,0	100	100	100	100	pkt
Usługi rozrywkowe							
Bardzo wysoki	0	0	0	0	3	0	[%] resp.
	0,0	0,0	0,0	0,0	100	0,0	pkt
Wysoki	28	47	45	0	16	11	[%] resp.
	59,6	100	95,7	0,0	38,3	27,7	pkt

Niski	23	10	20	17	30	27	[%] resp.
	35,0	100	50,0	65,0	0,	15,0	pkt
Bardzo niski	0	5	0	0	3	0	[%] resp.
	100	0,0	100	100	40,0	0,0	pkt
Usługi handlowe							
Bardzo wysoki	5	19	0	0	0	0	[%] resp.
	26,3	100	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wysoki	40	39	65	67	63	50	[%] resp.
	6,9	0,0	92,9	100	85,7	93,3	pkt
Niski	11	3	10	0	8	10	[%] resp.
	0,0	72,7	9,1	100	27,3	9,1	pkt
Bardzo niski	0	0	0	0	0	0	[%] resp.
	100	100	100	100	100	100	pkt
Możliwość zwiedzania zabytków, muzeów, osobliwości kulturalnych							
Bardzo wysoki	14	0	12	0	12	30	[%] resp.
	46,7	0,0	40,0	0,0	40,0	100	pkt
Wysoki	72	24	46	21	53	32	[%] resp.
	100	5,9	49,0	0,0	62,7	21,6	pkt
Niski	0	19	12	27	12	31	[%] resp.
	100	38,7	61,3	12,9	61,3	0,0	pkt
Bardzo niski	0	5	0	2	0	0	[%] resp.
	100	0,0	100	40,0	100	100	pkt
Imprezy kulturalne i sportowe							
Bardzo wysoki	13	0	0	0	0	0	[%] resp.
	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	pkt
Wysoki	29	0,0	15	17	24	11	[%] resp.
	100	0,0	52,4	59,0	82,4	39,3	pkt
Niski	13	19	22	17	27	32	[%] resp.
	100	70,0	56,8	79,5	25,8	0,0	pkt
Bardzo niski	0	14	0	2	5	0	[%] resp.
	100	0,0	100	85,7	66,4	100	pkt
Sprawność funkcjonowania systemu Informacji Turystycznej							
Bardzo wysoki	11	15	9	6	10	9	[%] resp.
	55,6	100	33,3	0,0	44,4	33,3	pkt
Wysoki	22	26	9	30	26	9	[%] resp.
	61,9	81,0	0,0	100	81,0	0,0	pkt

Niski	14	12	19	21	13	19	[%] resp.
	77,8	100	22,2	0,0	88,9	22,2	pkt
Bardzo niski	1	3	7	8	6	5	[%] resp.
	100	71,4	1,4	0,0	2,9	4,3	pkt
Zgodność promocji z rzeczywistością							
Bardzo wysoki	11	14	11	17	8	12	[%] resp.
	33,3	66,7	33,3	100	0,0	44,4	pkt
Wysoki	20	35	22	17	25	47	[%] resp.
	10,0	60,0	16,7	0,0	26,7	100	pkt
Niski	7	13	17	10	13	20	[%] resp.
	100	53,8	23,1	76,9	53,8	0,0	pkt
Bardzo niski	1	4	7	4	8	5	[%] resp.
	100	57,1	14,3	57,1	0,0	42,9	pkt
Wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej (W <sub>z</sub> )	82,2	70,9	61,0	69,3	68,1	53,2	pkt

Źródło: opracowanie własne w oparciu o wywiady kwestionariuszowe (1995–98)

**Tabela 43.** Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w badanych miastach według opinii mieszkańców i turystów

Czynniki przeszkadzające w wypoczynku	mieszkańcy						turyści					
	JG	Ka	Ko	P	SzP	ŚwZ	JG	Ka	Ko	P	SzP	ŚwZ
Czynniki przyrodnicze												
Zbyt częste zmiany pogody a*	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
b**	–	–	–	–	–	–	0,0	100	0,0	100	100	100
Zła pogoda	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	0
	–	–	–	–	–	–	66,7	100	66,7	100	0,0	100
Deniwelacje terenu	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100	–	–	–	–	–	–
Niska temperatura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	–	–	–	–	–	–	100	100	100	100	0,0	100
Zła jakość środowiska przyrodniczego												
Zanieczyszczone powietrze (przez zakłady przemysłowe, kotłownie osiedlowe, samochody)	32	3	7	27	5	4	16	13	5	5	4	9
	0,0	100	96,2	17,2	93,1	96,6	0,0	25,0	91,7	91,7	100	58,3

Hałas (którego źródłem są: samochody, kluby nocne, restauracje, kawiarnie, piwiarnie, dyskoteki, stadion sportowy)	10	1	4	16	5	3	23	5	3	5	15	4
	40,0	100	80,0	0,0	73,3	86,7	0,0	90,0	100	90,0	40,0	95,0
Promieniowanie (z terenów dawnej kopalni uranu)	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100	-	-	-	-	-	-
Utrudniona komunikacja na terenie miasta												
Zbyt rzadkie kursy autobusów	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	0,0	100	100	100	100	100
Remonty dróg lub zły stan dróg	1	3	3	0	0	0	0	19	0	0	4	2
	66,7	0,0	0,0	100	100	100	100	0,0	100	100	73,9	89,5
Nie oświetlone drogi	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	100	100	0,0	-	-	-	-	-	-
Oblodzone, wysokie chodniki	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	6	0
	-	-	-	-	-	-	100	50,0	100	100	0,0	100
Wąskie ulice	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	100	0,0	100	100	100	100
Słabo rozwinięta lub zaniedbana baza materialno-techniczna rekreacji												
Brak taniej bazy noclegowej	0	0	0	0	0	0	2	0	4	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	50,0	100	0,0	100	100	100
Zbyt mało wyciągów	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100	-	-	-	-	-	-
Brak basenu	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	0,0	100	100	-	-	-	-	-	-
Brak kina	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	0,0	100	100	-	-	-	-	-	-
Skocznia narciarska (grozi zawaleniem)	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100	-	-	-	-	-	-
Zaniedbane szlaki turystyczne	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	0,0	100	-	-	-	-	-	-
Zbyt mało szlaków turystycznych	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	0,0	100
Mało nartostrad	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0

	-	-	-	-	-	-	100	0,0	100	100	66,7	100
Zły stan nartostrad	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
	-	-	-	-	-	-	100	0,0	100	100	0,0	100
Mała przepustowość wyciągów narciarskich	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	0,0	100
Brak placów zabaw dla dzieci	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	100	0,0	100	100	100	100
Mało szlaków do uprawiania narciarstwa biegowego	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	0,0	100
Brak wybranych usług lub niezadowolenie z ich poziomu												
Brak życia nocnego	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	5	2
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	0,0	54,5	81,8
Niski poziom usług noclegowych i gastronomicznych	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0
	0,0	100	100	100	100	100	0,0	100	100	100	50,0	100
Wysokie ceny	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	1	4
	-	-	-	-	-	-	0,0	100	100	100	80,0	20,0
Zbyt krótko czynne sklepy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	0,0	100
Słabo rozwinięta lub zaniedbana infrastruktura komunalna												
Brak telefonów	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0
	-	-	-	-	-	-	100	100	100	0,0	100	100
Brak wody	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	100	0,0	100	-	-	-	-	-	-
Brak oczyszczalni ścieków	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	0,0	100	100	-	-	-	-	-	-
Niesprawna kanalizacja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	100	100	0,0	100	-	-	-	-	-	-
Tłok oraz niska kultura bycia ludzi												
Pijani ludzie	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
	0,0	100	100	100	100	100	100	100	100	50,0	100	0,0
Turyści	5	1	0	0	1	6	0	1	0	0	11	0
	16,7	83,3	100	100	83,3	0,0	100	90,0	100	100	0,0	100
Tłumy ludzi	5	0	0	0	0	0	2	1	0	0	25	0
	0,0	100	100	100	100	100	92,2	96,0	100	100	0,0	100

Sąsiedzi	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100	–	–	–	–	–	–
Niski poziom kultury ludzi	2	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	0,0	100	100	0,0	100	100	100	100	100
Chuligani	1	0	0	4	0	1	0	0	0	0	0	0
	75,0	100	100	0,0	100	75,0	–	–	–	–	–	–
Brak estetyki												
Brud	2	0	0	0	0	0	5	5	0	5	1	0
	0,0	100	100	100	100	100	0,0	0,0	100	0,0	80,0	100
Ruiny domów	3	0	0	2	0	10	5	15	0	0	0	0
	70,0	100	100	80,0	100	0,0	66,7	0,0	100	100	100	100
Brzydka architektura nowych osiedli	3	0	0	5	0	8	4	0	0	0	0	0
	62,5	100	100	37,5	100	0,0	0,0	100	100	100	100	100
Ograniczenia prawne w zakresie penetracji przestrzeni												
Zarządzenia dyrekcji Karkonoskiego Parku Narodowego dotyczące możliwości poruszania się na terenie Parku	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100	–	–	–	–	–	–
Brak folkloru	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100	–	–	–	–	–	–
Całe miasto	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	0,0	100	100	–	–	–	–	–	–
Nic	3	77	73	61	59	73	55	32	67	44	20	74
	0,0	100	94,6	78,4	75,7	94,6	64,8	22,2	87,0	44,4	0,0	100
Wskaźnik syntetyczny stopnia zadowolenia z oferty turystycznej ( $W_{KM}$ ) i ( $W_{KT}$ )	61,8	78,0	87,9	68,3	86,6	84,0	84,1	68,1	91,2	85,4	54,1	91,2

JG – Jelenia Góra, Ka – Karpacz, Ko – Kowary, P – Piechowice, SzP – Szklarska Poręba, ŚwZ – Świeradów Zdrój

\*a – odsetek respondentów, \*\*b – liczba punktów

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet i wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)



**Tabela 44.** Elementy oferty turystycznej, których brak odczuwali turyści przebywający w danym mieście

Uwagi dotyczące:	Jelenia Góra	Karpacz	Kowary	Piechowice	Szklarska Poręba	Świeradów Zdrój
Wzorów przyrodniczych						
Brak naturalnych akwenów	a* 0	0	0	0	2	0
	b** 100	100	100	100	0,0	100
Brak ładnej pogody	0	0	2	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100
Brak śniegu	0	5	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Stanu środowiska przyrodniczego						
Zadbać o poprawę stanu środowiska przyrodniczego	0	3	0	0	3	8
	100	62,5	100	100	62,5	0,0
Więcej koszy na śmieci	0	5	1	0	0	0
	100	0,0	80,0	100	100	100
Bazy materialno-technicznej						
A) komunikacyjnej						
Zadbać o lepszą dostępność komunikacyjną miasta	6	5	1	0	3	7
	14,3	28,6	85,7	100	57,1	0,0
Uruchomić lotnisko	0	5	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Lepiej oznakować drogi	2	0	0	1	4	12
	83,3	100	100	91,7	66,7	0,0
Zadbać o lepszą możliwość komunikacji na terenie miasta	2	5	0	0	4	0
	60,0	0,0	100	100	20,0	100
Wyremontować drogi i ulice	3	8	4	1	3	8
	71,4	0,0	57,1	100	71,4	0,0
Odśnieżać drogi i ulice	3	0	1	0	0	0
	0,0	100	66,7	100	100	100
Więcej parkingów	4	2	3	0	5	0
	20,0	60,0	40,0	100	0,0	100
Lepsze przystanki autobusowe	0	2	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
B) noclegowej – brak:						
Obiektów noclegowych	0	3	1	0	3	0
	100	0,0	66,7	100	0,0	100
Hoteli o wysokim standardzie	0	4	0	4	0	0
	100	0,0	100	0,0	100	100

Schronisk PTTK	3	4	0	0	5	3
	40,0	20,0	100	100	0,0	40,0
Kempingów	0	3	1	0	3	0
	100	0,0	66,7	100	0,0	100
Pól namiotowych	3	0	0	0	3	0
	0,0	100	100	100	0,0	100
Modernizować bazę noclegową	0	5	0	0	0	3
	100	0,0	100	100	100	100
C) gastronomicznej – brak:						
Lokali gastronomicznych na wysokim poziomie	5	3	0	5	5	0
	0,0	40,0	100	0,0	0,0	100
Kawiarni (oryginalnych)	4	0	0	10	1	5
	60,0	100	100	0,0	90,0	50,0
Restauracji z występami grup artystycznych	0	0	2	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100
Restauracji z kuchnią regionalną	0	0	0	0	1	0
	100	100	100	100	0,0	100
Restauracji z kuchnią międzynarodową	0	0	3	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100
Zadbać o lepszą jakość usług gastronomicznych	0	0	1	0	1	0
	100	100	0,0	100	0,0	100
Dłużej czynne obiekty gastronomiczne	4	3	0	0	2	3
	0,0	25,0	100	100	50,0	25,0
D) uzupełniającej – brak:						
Obiektów sportowych	5	3	3	5	2	2
	0,0	66,7	66,7	0,0	100	100
Nartostrad	5	4	7	0	7	13
	61,5	69,2	46,2	100	46,2	0,0
Wyciągów narciarskich	5	4	0	0	19	12
	73,7	78,9	100	100	0,0	36,8
Lodowisk	3	4	0	0	3	0
	25,0	0,0	100	100	25,0	100
Skoczni narciarskich	0	0	0	0	2	0
	100	100	100	100	0,0	100
Basenów	5	5	2	3	3	3
	0,0	0,0	100	66,7	66,7	66,7
Hal sportowych	0	5	0	0	2	0
	100	0,0	100	100	60,0	100

Stadnin koni	0	3	0	0	3	0
	100	0,0	100	100	0,0	100
Kortów tenisowych	5	2	2	2	4	3
	0,0	100	100	100	33,3	66,7
Placów zabaw	2	5	1	1	2	0
	60,0	0,0	80,0	80,0	60,0	100
Tras spacerowych	0	0	0	0	1	0
	100	100	100	100	0,0	100
Tras rowerowych	3	0	0	0	3	0
	0,0	100	100	100	0,0	100
Utrzymywać nartostrady w dobrym stanie (naśnieżanie, oświetlenie)	0	15	0	0	3	5
	100	0,0	100	100	80,0	66,7
Więcej pijalni wód mineralnych	2	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	100	100	100
Więcej wypożyczalni sprzętu sportowego	2	0	0	0	2	0
	0,0	100	100	100	0,0	100
Wyższy standard infrastruktury turystycznej	0	5	1	0	2	7
	100	28,6	85,7	100	71,4	0,0
Więcej usług rozrywkowych (dyskotek, lokali nocnych, imprez plenerowych, salonów gier)	5	8	10	10	6	10
	100	40,0	0,0	0,0	80,0	0,0
Więcej sklepów i supermarketów	0	4	0	1	2	0
	100	0,0	100	75,0	50,0	100
Dłużej czynne placówki handlowe	2	0	0	0	0	3
	33,3	100	100	100	100	0,0
Wzbogacić ofertę handlową	3	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	100	100	100
Zorganizować wypożyczalnie samochodów	3	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	100	100	100
Poszerzyć i zróżnicować ofertę usług turystycznych	0	0	0	0	0	2
	100	100	100	100	100	0,0
Zadbać o wyższą jakość usług	4	5	0	0	0	0
	20,0	0,0	100	100	100	100

Przystosować obiekty turystyczne do potrzeb osób niepełnosprawnych	0	0	0	0	2	0
	100	100	100	100	0,0	100
Obniżyć ceny usług (szczególnie noclegowych i gastronomicznych oraz taksówek)	3	3	0	0	3	0
	0,0	0,0	100	100	0,0	100
E) komunalnej						
Więcej toalet miejskich	4	3	0	0	4	0
	0,0	25,0	100	100	0,0	100
Więcej automatów telefonicznych	0	4	1	0	4	0
	100	0,0	75,0	100	0,0	100
Zasobów społecznych						
A) zabytków, instytucji, osobliwości kulturalnych						
Brak lokalnego folkloru	0	8	0	0	5	0
	100	0,0	100	100	37,5	100
B) imprez kulturalnych i sportowych – brak:						
Kin, teatrów	0	2	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Imprez kulturalnych	8	11	0	0	6	7
	27,3	0,0	100	100	45,5	36,4
Imprez sportowych	0	8	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Atrakcji dla dzieci	3	8	1	1	2	0
	62,5	0,0	87,5	87,5	54,5	100
C) obsługi i organizacji ruchu turystycznego						
Milsza obsługa	0	0	0	2	2	0
	100	100	100	0,0	0,0	100
Więcej profesjonalistów (szczególnie w obsłudze narciarzy)	0	0	0	0	3	0
	100	100	100	100	0,0	100
Lepsza obsługa wyciągów narciarskich	0	0	0	0	4	0
	100	100	100	100	0,0	100
Więcej osób ze znajomością j. angielskiego	0	7	0	1	0	0
	100	0,0	100	85,7	100	100

Organizować kuligi, ogniska, loty balonami, imprezy na otwartej przestrzeni	0	12	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Stworzyć alternatywny program rekreacji w czasie złej pogody	0	9	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	100
Propagować wspinaczkę górską	0	1	0	0	0	0
	100	0,0	100	100	100	1000
Lepsza organizacja wypoczynku dla osób starszych	0	0	1	0	0	0
	100	100	0,0	100	100	100
D) gościnności mieszkańców						
Więcej przyjaznych ludzi	0	0	0	1	0	0
	100	100	100	0,0	100	100
Więcej uśmiechu	0	3	0	1	0	0
	100	0,0	100	66,7	100	100
E) poczucia bezpieczeństwa						
Zadbać o bezpieczeństwo w mieście (więcej policjantów i członków służb porządkowych)	3	2	0	0	3	0
	0,0	33,3	100	100	0,0	100
Estetyki miasta						
Odrestaurować domy, zabytki, obiekty turystyczne	9	10	1	0	2	4
	10,0	0,0	90,0	100	80,0	60,0
Więcej zieleni, kwiatów	8	8	0	0	2	1
	0,0	0,0	100	100	75,0	87,5
Zadbać o czystość	3	7	3	0	8	5
	62,5	12,5	62,5	100	0,0	37,5
Informacji Turystycznej						
Więcej informacji turystycznej na poziomie europejskim	2	6	2	3	3	3
	100	0,0	100	75,0	75,0	75,0
Więcej informacji turystycznej w językach obcych	2	0	0	0	0	0
	0,0	100	100	100	100	100
Lepiej oznakować szlaki turystyczne	3	0	0	0	4	0
	25,0	100	100	100	0,0	100
Działań marketingowych						
Więcej reklamy i promocji (szczególnie za granicą)	4	3	0	0	1	0
	0,0	25,0	100	100	75,0	100

Wprowadzić ulgi dla studentów	0 100	0 100	0 100	0 100	1 0,0	0 100
Niczego nie brakuje, oferta jest zadowalająca	2 0,0	8 100	6 66,7	3 16,7	3 16,7	2 0,0
Wskaźnik syntetyczny „braków w ofercie turystycznej” ( $W_b$ )	64,1	46,4	85,8	66,4	54,1	76,0

\*a – odsetek respondentów, \*\*b – liczba punktów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wywiadów kwestionariuszowych (1995–98)

**Tabela 45.** Atuty i słabe strony potencjałów turystycznych badanych miast

Atuty (+)	Słabe strony (–)
Zasoby przyrodnicze	
walory przyrodnicze i krajobrazowe o ponadregionalnej wartości, objęte często ochroną prawną, o których atrakcyjności decyduje:	ograniczenia penetracji przestrzeni i rozwoju infrastruktury turystycznej wynikające z reżimów prawnych obowiązujących na obszarach cennych przyrodniczo (prawnie chronionych);
– zróżnicowana rzeźba terenu, występowanie unikatowych form ukształtowania powierzchni, takich jak: kotły, moreny, stawy górskie, polodowcowe rumowiska skalne, wodospady, ciekawie zaznaczające się w krajobrazie formy wietrzeniowe;	liczne konflikty między turystycznym użytkowaniem terenu (szczególnie turystyką pieszą, rowerową, narciarstwem oraz infrastrukturą turystyczną) a funkcją ekologiczną obszarów prawnie chronionych;
– gęsta sieć rzek, potoków górskich przecinających malowniczo teren;	brak naturalnych zbiorników wodnych przydatnych dla potrzeb rekreacji (plażowania, kąpeli);
– piętrowość zbiorowisk roślinnych wpływająca na mozaikowość krajobrazu;	dominacja w reglu dolnym sztucznych (tj. wprowadzonych przez człowieka) monokultur świerkowych z nasion obcego pochodzenia, co wpływa na ich mniejszą odporność w porównaniu z drzewostanem naturalnego pochodzenia;
– bodźcowość klimatu, występowanie związanych ze zjawiskiem fenów prądów wznoszących, szczególnie sprzyjających uprawianiu sportów lotniczych;	częste występowanie mgieł, inwersje temperatury sprzyjające stagnacji zimnego, zanieczyszczonego powietrza w kotlinach, zagrożenie powodziąmi spowodowanymi m.in. gwałtownymi roztopami związanymi z napływem fenów;
– występowanie surowców leczniczych: wód mineralnych, termalnych oraz kopalin leczniczych będących podstawą lecznictwa uzdrowiskowego;	zły stan środowiska przyrodniczego (szczególnie powietrza atmosferycznego), zła kondycja zieleni (obszar kłęski ekologicznej w G. Izerskich).
różnorodność walorów przyrodniczych umożliwiających uprawianie różnych form turystyki (w tym szczególnie krajoznawczej i kwalifikowanej) w ciągu całego roku;	
poprawa stanu środowiska przyrodniczego w ostatnim dziesięcioleciu, będąca efektem licznych działań (m.in. międzynarodowych działań podejmowanych w ramach tzw. „Czarnego Trójkąta”).	

Baza materialno-techniczna	
<p>dobra dostępność komunikacyjna wynikająca z:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– gęstej sieci dróg;</li> <li>– licznych połączeń kolejowych i autobusowych z krajem i zagranicą;</li> <li>– położenia w strefie przygranicznej;</li> </ul> <p>duża pojemność bazy noclegowej turystyki, zdecydowana dominacja miejsc całorocznych;</p> <p>liczne obiekty i urządzenia rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne, które sprzyjają czynnemu spędzaniu wolnego czasu.</p>	<p>zła jakość dróg;</p> <p>mało zróżnicowana oferta gastronomiczna oraz rozrywkowa;</p> <p>zły stan bazy noclegowej, szczególnie schronisk górskich;</p> <p>zaniedbane, nieestetyczne obiekty noclegowe i rekreacyjne, brak dbałości o kontynuowanie w architekturze stylu regionalnego;</p> <p>niedostateczna liczba obiektów sportowych (szczególnie krytych basenów i siłowni) oraz służących uprawianiu sportów zimowych;</p> <p>zbyt mało parkingów i toalet miejskich.</p>
Zasoby społeczne	
<p>liczne zabytki;</p> <p>liczne imprezy sportowe;</p> <p>wielowiekowe tradycje uprawiania turystyki;</p> <p>specjalizacja miast w funkcji turystycznej (w skali kraju);</p> <p>pozytywne nastawienie ludności miejscowej wobec turystów.</p>	<p>zaniedbanie (prowadzące także do dekapitalizacji) wielu obiektów zabytkowych;</p> <p>zbyt mało imprez kulturalnych;</p> <p>brak lokalnego folkloru, lokalnego kolorytu;</p> <p>zbyt mała dbałość o estetykę, czystość miasta.</p>
System informacji oraz promocji turystycznej	
<p>rozwinięta sieć biur „IT”, dostępność informacji na temat oferty turystycznej w Internecie;</p> <p>przykładanie coraz większej wagi do działań marketingowych w skali gminy.</p>	<p>niekorzystny wizerunek regionu będący konsekwencją stosowanej nomenklatury określającej stan środowiska przyrodniczego jako: obszar ekologicznego zagrożenia, „Czarny Trójkąt”;</p> <p>brak wyraźnie sprecyzowanej tożsamości i wizerunku turystycznego miasta (z wyjątkiem Szklarskiej Poręby i Karpacza).</p>

Źródło: opracowanie własne



**Tabela 46.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Jeleniej Góry (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego						
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe						
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe						
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna	*					
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów				*		
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM		*				
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

**Tabela 47.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Karpacza (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turyst.						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego						
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe						
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe						
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna		*				
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów						
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM						
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

**Tabela 48.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Kowar (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego					*	
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe						
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe			*			
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna		*				
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów						
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM			*			
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

**Tabela 49.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Piechowic (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego					*	
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe					*	
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe			*			
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna		*				
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów						
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM			*			
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

**Tabela 50.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Szklarskiej Poręby (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego						
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe						
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe			*			
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna		*				
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów						
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM		*				
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

**Tabela 51.** Mocne i słabe strony potencjału turystycznego Świeradowa Zdroju (na tle badanego zbioru miast)

Czynniki decydujące o przydatności i atrakcyjności miasta dla potrzeb turystyki	Mocne strony			Słabe strony		
	pozycja					
	1	2	3	4	5	6
1. Walory środowiska przyrodniczego						
2. Stan środowiska przyrodniczego						
3. Dostępność komunikacyjna miasta						
4. Komunikacja wewnątrz miasta						
5. Obiekty noclegowe turystyki						
6. Lokale gastronomiczne						
7. Infrastruktura konferencyjna						
8. Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne oraz udostępniające walory turystyczne						
9. Wypożyczalnie sprzętu sportowo-rekreacyjnego						
10. Usługi rozrywkowe						
11. Usługi handlowe					*	
12. Usługi medyczne						
13. Usługi bankowe						
14. Infrastruktura komunalna						
15. Zabytki, instytucje i osobliwości kulturalne						
16. Imprezy kulturalne i sportowe						
17. Budżet miasta						
18. Obsługa ruchu turystycznego						
19. Gościnność mieszkańców						
20. Poczucie bezpieczeństwa						
21. Informacja Turystyczna		*				
22. Działania marketingowe						
23. Atrakcyjność turystyczna w opinii turystów						
24. Atrakcyjność turystyczna w opinii mieszkańców						
25. Atrakcyjność turystyczna w opinii pracowników WKSiT UM	*					
26. Stopień zadowolenia z oferty turystycznej						
27. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii turystów						
28. Czynniki przeszkadzające w wypoczynku w opinii mieszkańców						
29. Braki w ofercie turystycznej						

\*ex aequo z innym miastem lub miastami

Źródło: opracowanie własne

## Załącznik 1

Ankieta dotyczy badań prowadzonych przez Instytut Geografii Fizycznej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w zakresie spostrzegania walorów wypoczynkowych i turystycznych **Karpacza** oraz jego strefy podmiejskiej przez mieszkańców. Wszelkie uzyskane informacje będą wykorzystane wyłącznie do celów naukowych. Prosi się uprzejmie o wypowiedzi szczere. **Ankieta jest anonimowa.**

### KARPACZ '97

1. Proszę wymienić atrakcje turystyczne Karpacza  
.....  
.....
2. Jakie miejsca i obiekty są najmniej atrakcyjne w mieście ze względu na możliwości wypoczynku?.....  
.....  
Dlaczego?.....
3. Czy na terenie miasta znajdują się obiekty uciążliwe, utrudniające wypoczynek?  
TAK      NIE  
Jeśli tak, proszę je wymienić i określić, na czym polega ich uciążliwość  
.....
4. Co przeszkadza wypocząć w:  
a) dzielnicy zamieszkania.....  
b) mieszkaniu.....  
Dlaczego?.....  
.....
5. Czy według Pana(i) okolice miasta są atrakcyjne pod względem wypoczynkowym i turystycznym?      TAK      NIE  
a) jeśli tak, to jakie miejsca szczególnie i dlaczego?.....  
.....  
b) jeśli nie, proszę uzasadnić dlaczego.....  
.....  
Dane dotyczące ankietowanego:  
1. Płeć .....  
2. Wiek .....  
3. Wykształcenie .....  
4. Wykonywany zawód .....  
5. Liczba dzieci w rodzinie .....  
6. Dzielnica (część miasta), w której mieszka .....

*Kwestionariusz opracowany przez mgr A. Zajadacz  
Konsultacja: dr hab. D. Sołowiej, prof. UAM  
Instytut Geografii Fizycznej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza,  
ul. Fredry 10, 61-701 Poznań*



## Załącznik 2

Ankieta dotyczy badań prowadzonych przez Instytut Geografii Fizycznej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w zakresie problematyki dotyczącej turystyki w **Karpaczu**. Wszelkie uzyskane informacje będą wykorzystane wyłącznie do celów naukowych. Prosi się uprzejmie o wypowiedzi szczere. **Ankieta jest anonimowa.**

### KARPACZ '97

1. Dlaczego wybrał(a) Pan(i) właśnie Karpacz jako miejsce wypoczynku?.....
2. Czy przyjechał(a) Pan(i) do Karpacza:  
a) indywidualnie      b) z grupą zorganizowaną (jeśli tak, z jaką?)      c) inne
3. Jak długo zamierza Pan(i) wypoczywać w Karpaczu? (liczba dni).....
4. Jak często w ciągu roku wyjeżdża Pan(i) w celach turystycznych?.....
5. Jaką część zarobków w skali roku wydaje Pan(i) na cele turystyczne:  
a) poniżej 5%      b) 5–10%      c) powyżej 10%
6. Czy jest Pan(i) zadowolony(a) z oferty turystycznej tego miasta?    TAK    NIE  
Jeśli tak, to w jakim stopniu?.....

Wybrane elementy oferty turystycznej	Stopień zadowolenia				
	bardzo wysoki	wysoki	średni	niski	bardzo niski
Walory krajobrazowe					
Warunki klimatyczne					
Stan środowiska przyrodniczego					
„Klimat akustyczny”					
Dostępność komunikacyjna miasta					
Możliwość komunikacji na terenie miasta					
Baza noclegowa					
Baza gastronomiczna					
Obiekty i urządzenia sportowo-rekreacyjne					
Usługi rozrywkowe					
Usługi handlowe					
Możliwość zwiedzania zabytków, muzeów, osobliwości kulturowych					
Imprezy kulturalne i sportowe					
Informacja Turystyczna					
Zgodność promocji z rzeczywistością					
Poczucie bezpieczeństwa					
Gościnność mieszkańców					

- Dodatkowe uwagi.....
7. Proszę wymienić atrakcje turystyczne miasta
8. W jakich miejscach, obiektach przebywa Pan(i) najchętniej? Dlaczego?.....
- .....
9. Czy odczuwa Pan(i) braki w ofercie turystycznej miasta?      TAK      NIE  
Jeśli tak, jakie?
10. Co najbardziej przeszkadza Panu(i) w wypoczynku:
- a) w Karpaczu
- b) na szlakach w okolicy
11. W jakim sezonie przyjeżdża Pan(i) do Karpacza najchętniej? Dlaczego?
12. W jaki sposób wypoczywa Pan(i) najchętniej w Karpaczu:
- a) wiosną
- b) latem
- c) jesienią
- d) zimą
13. Proszę wymienić, jakie:
- a) obiekty zabytkowe
- b) muzea
- c) ośrodki kulturalne
- d) schroniska
- odwiedził(a) Pan(i) w Karpaczu lub okolicy?
14. Czy wędruje Pan(i) po górskich szlakach w Karpaczu i okolicy?      TAK      NIE
- a) jeśli tak, proszę podać, po jakich szlakach wędruje Pan(i) najchętniej
- b) jeśli nie, dlaczego?
15. Czy będąc w Karpaczu, uczestniczył(a) Pan(i) w wycieczkach do:
- a) Pragi
- b) Jeleniej Góry
- c) Szklarskiej Poręby
- d) Świeradowa Zdroju
- e) Kowar
- f) Piechowic
- g) innych miejscowości (proszę wymienić jakich)
16. Czy w okolicach Karpacza są miejsca atrakcyjne pod względem turystycznym?  
TAK   NIE  
Jeśli tak, to jakie?.....
- .....
17. Czy wędrując po górach, przechodzi Pan(i) na stronę czeską?      TAK      NIE  
Jeśli tak, z jakich przejść Pan(i) korzysta? (proszę podać nazwę).....
- .....
- Dane dotyczące ankietowanego:
1. Płeć .....
2. Wiek .....
3. Wykształcenie .....
4. Wykonywany zawód .....
5. Miejscowość, z której Pan(i) przyjechał(a) .....

6. Czy posiada Pan(i) środek lokomocji? Jeśli tak, to jaki? .....
7. Jakim środkiem transportu przyjechał(a) Pan(i) do Karpacza? .....
8. Czy dysponuje Pan(i) własnym sprzętem turystycznym? Jeśli tak, to jakim?.....  
.....
9. Jaki jest miesięczny budżet całej rodziny? .....
10. Liczba członków rodziny: osoby dorosłe..... dzieci.....

*Kwestionariusz opracowany przez mgr A. Zajadacz*

*Konsultacja: dr hab. D. Sołowiej, prof. UAM*

*Instytut Geografii Fizycznej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza,  
ul. Fredry 10, 61-701 Poznań*

Wśród sześciu zadań typu poznawczego znalazły się zadania podstawowe dla tego typu opracowania oraz wybitnie poszerzające podjętą problematykę, jak np.: określenie struktury potencjałów turystycznych miast, określenie rangi potencjału turystycznego danego miasta na tle pozostałych miast czy w końcu zidentyfikowanie „słabych” i „mocnych” stron potencjałów turystycznych badanych miast, stanowiących podstawę formułowania strategii konkurencji.

Istotnym osiągnięciem Autorki jest adaptacja do specyfiki polskich miast metody analizy porównawczej potencjałów turystycznych wg C. Bellinger, przy jednoczesnej jej modyfikacji, poprzez wprowadzenie oceny integralnej przedmiotu badań (skonstruowanie wskaźników uzupełniających). W ten sposób w opracowaniu pojawia się również ważny aspekt praktyczny.

*Prof. dr hab. Leon Kozacki*

Rola miasta jako obszaru generującego, a jednocześnie (w wielu przypadkach) przyjmującego i redystrybuującego potoki migracji turystyczno-rekreacyjnych, sprawia, że problematykę potencjału turystycznego miast i zmian miejskiej przestrzeni rekreacyjnej uznać należy za niezwykle istotną dla optymalnego gospodarowania zasobami rekreacyjnymi i kształtowania właściwej oferty rekreacyjnej. Jednocześnie ważne jest, aby zmiany te ujmować na tle ogólnych przemian społeczno-gospodarczych, wkomponować je w podstawowe założenia teoretyczne geografii turystyki oraz oprzeć na solidnych podstawach metodycznych. Dobrze więc się stało, że to właśnie te elementy są wyraźnie obecne w oddawanej do rąk Czytelnika książce, w której Autorka w sposób interesujący i warsztatowo poprawny dokonuje nie tylko oceny potencjału turystycznego wybranych miast Sudetów Zachodnich, ale i precyzuje zadania badawcze wymagające podjęcia w przyszłości.

*dr hab. Maciej Pietrzak*

**Alina Zajadacz** (1972) jest pracownikiem naukowym Wydziału Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Stopień doktora uzyskała w 2001 r. Prowadziła badania struktury potencjału turystycznego, preferencji turystycznych oraz źródeł dyskomfortu wypoczynku. Brała udział w międzynarodowym projekcie WWF dotyczącym rozwoju turystyki ekologicznej w polsko-niemieckiej strefie przygranicznej. Jest autorką około dwudziestu publikacji. Jej zainteresowania naukowe to: geoekologia turystyki i wypoczynku, turystyka alternatywna oraz turystyka osób niepełnosprawnych.